



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Haben Authentizität und Ethik ein Ablaufdatum?
Digitale Bildmanipulation als Herausforderung für
die Medienethik “

Verfasserin

Irene Roselstorfer

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im Juli 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 301 295

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Publizistik und Kommunikationswissenschaft

Betreuer:

Univ.-Prof. Dr. Frank Hartmann

Meiner Familie.

Ohne eure seelische und finanzielle Unterstützung zu jeder Zeit wären mein
Studium und diese Arbeit nicht möglich gewesen.
Besonders herzlich möchte ich meinen Freunden, allen voran Ernst Haider und
Katharina Jocher, und meinem Bruder Klaus für ihre Hilfe und Geduld danken.
Danke an all diejenigen, die schon immer an mich geglaubt und mich auf
meinem Weg unterstützt haben.

Vorwort

Ich habe mich zurzeit der Berichterstattung über den Tsunami in Asien 2004/2005 erstmals intensiver mit dem Thema Ethik im Journalismus auseinander gesetzt. Zu diesem Zeitpunkt waren es vorwiegend Fragen des „guten Geschmacks“ und wie weit Medien im Kampf um Auflagen und Verkaufszahlen gehen dürften, die mich beschäftigten. Zu dieser Zeit waren es Bilder von toten, an den Strand gespülten Menschen auf diversen Titelcovers, die mir aufstießen. Nach näherer Beschäftigung mit diesem Thema denke ich, dass Ethik nicht mit ästhetischer Schönfärbung verwechselt werden darf.

Anders verhält es sich mit digital manipulierten Pressebildern, die falsche Tatsachen wiedergeben und den Mediennutzer täuschen. Sensibilisiert für dieses Thema wurde ich im Rahmen meiner beruflichen Tätigkeit in der PR-Branche. Hier arbeiten wir täglich mit Bildern, die wir den Medien zur Verfügung stellen und welche zum Teil auch elektronisch bearbeitet werden. Ob bei der Arbeit im klassischen Journalismus oder in der PR, es ist wichtig ein ethisches Feingefühl zu entwickeln und die vertretbare Grenze zu kennen, auch wenn diese zumeist schwer trennscharf zu ziehen ist.

Ich danke Dr. Frank Hartmann für die engagierte Betreuung dieser Arbeit. Mein besonderer Dank gilt Michael Obermeyr, der durch sein Vertrauen und Entgegenkommen zu jeder Zeit den Abschluss meines Studiums ermöglicht hat. Ein großer Dank gilt allen, die mich bei meinen Recherchen mit Material unterstützt haben. Ein herzliches Dankeschön gilt allen KollegInnen, vor allem den PR-Ladies, für die konstruktiven, aufbauenden Gespräche, ihre Motivation und Unterstützung

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Inhaltsverzeichnis	7
Abbildungsverzeichnis	10
1 Einleitung	11
2 Philosophische Grundlagen	14
2.1 <i>Ethik als wissenschaftliche Beschäftigung mit der Moral</i>	14
2.2 <i>Theoriekonzepte zur Begründung der Pflicht, moralisch zu handeln....</i>	15
2.2.1 Der Utilitarismus	16
2.2.2 Pflichtethik und Diskursethik	17
2.2.3 Verantwortungsethik	17
3 Wissenschaftliche Standortbestimmung der Medienethik	19
3.1 <i>Entwicklung der Medienethik</i>	23
3.1.1 Exkurs: Entwicklung der Medienethik in den Vereinigten Staaten	23
3.1.2 Medienethik im deutschsprachigen Raum	25
3.2 <i>Medienethik als Frage nach Verantwortung</i>	28
3.2.1 Individualethik	29
3.2.2 Institutionsethik	30
3.2.3 Publikumsethik	30
3.2.4 Professionsethik	31
3.3 <i>Vorwärts, zu den Bildern zurück: Vom Bilderverbot zu Iconic Turn und Bildethik</i>	32
3.3.1 Bildkultur versus Schriftkultur	33
3.3.2 Redefinition von Sichtbarkeit	35
3.3.3 Linguistic, Pictorial und Iconic Turn	37
3.3.4 Bilderstatus in den modernen Informationstechnologien	39
3.3.5 Bildethik im digitalen Zeitalter als offenes Kapitel	42
4 Fotojournalismus im Wandel zum digitalen Zeitalter	43
4.1 <i>Der Weg der Fotografie in die Medien</i>	43
4.2 <i>Pressefotografie – technisch reproduzierte Realität und Wirklichkeit? .</i>	45
4.2.1 Pressebilder als historische Quelle	47
4.2.2 Das Prinzip der Augenzeugenschaft	50

4.3	<i>Bildjournalist, Pressefotograf, Fotojournalist – Definition eines Berufsstandes</i>	53
4.3.1	Arbeitsrollen im Fotojournalismus	55
4.3.2	Funktion und Auftrag der Bildberichterstatter	56
4.4	<i>Authentizität und Glaubwürdigkeit im Fotojournalismus</i>	58
4.5	<i>Digitale Revolution</i>	62
5	Digitale Bildmanipulation als Herausforderung für die Medienethik	65
5.1	<i>Definition und Abgrenzung des Begriffs „Manipulation“</i>	69
5.2	<i>Historische Beispiele für Bildmanipulation</i>	70
5.2.1	Die Zerstörung der Erinnerung: Historische Retuschen	71
5.2.2	Techniken der Bildmanipulation vor der Digitalisierung.....	75
5.3	<i>Grenzen überschreitender Fotojournalismus heute</i>	76
5.3.1	Digitale Techniken der Bildmanipulation.....	77
5.3.2	Die Instrumentalisierung von Photoshop & Co.: Aktuelle Beispiele manipulativer Bildbearbeitung	80
5.4	<i>Gründe für journalistische Fehlleistungen</i>	90
5.5	<i>Grenze zwischen Bildoptimierung und Bildmanipulation</i>	92
5.6	<i>Die Notwendigkeit ethischer Richtlinien im Fotojournalismus</i>	95
6	Medienethik und ihre Regulierung	97
6.1	<i>Mediensebstkontrolle im Spannungsfeld von Ideal- und Praxisebene</i> .	98
6.2	<i>Arten der Medien(selbst)kontrolle</i>	100
6.3	<i>Professionsethische Modelle zur Qualitätssicherung in Österreich</i>	102
6.3.1	Der Österreichische Presserat 1961-2001	103
6.3.2	Modell der Chefredakteure: Die Leseranwaltschaft	107
6.3.3	Presserat neu: Überlegungen zur Reanimation eines Organs zur freiwilligen Selbstkontrolle	108
6.3.4	Medienrat des Österreichischen Journalisten Club	110
6.4	<i>Co-Regulierung: Bedingungen für eine wirksame Medienkontrolle</i>	111
6.5	<i>Verankerung der Bildethik im Ehrenkodex</i>	112
6.6	<i>Kennzeichnung von Pressefotos</i>	115
7	Empirische Untersuchung	118
7.1	<i>Methodik</i>	118
7.1.1	Forschungsleitende Fragestellungen	118
7.1.2	Das Experteninterview: Auswahl und Organisation	119
7.1.3	Kurzbeschreibung der Experten	120

7.2	<i>Auswertung: Die qualitative Inhaltsanalyse</i>	121
7.3	<i>Kategorienbildung</i>	122
7.4	<i>Auswertung der Experteninterviews</i>	123
7.4.1	Experteninterview 1: Mag. Hubert Huber	123
7.4.2	Experteninterview 2: Roland Schlager	128
7.4.3	Experteninterview 3: Dr. Alexandra Förderl-Schmid	130
8	Diskussion und Interpretation der Ergebnisse	133
8.1	<i>Bildbearbeitung: Umgang mit Pressefotos</i>	133
8.2	<i>Ethische Normen als Richtschnur für moralisches Handeln</i>	135
8.3	<i>Regulierungsmöglichkeiten und Medienselbstkontrolle bei Bildmanipulationen</i>	137
9	Fazit und Ausblick	141
	Literaturverzeichnis	144
	Anhang A: Ehrenkodex der österreichischen Presse	157
	Anhang B: Leitfaden für Experteninterviews	162
	Anhang C: Abstract	164
	Anhang D: Lebenslauf	165

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Iwo Jima, 1945 (Joe Rosenthal, AP)	52
Abb. 2: Tod eines Milizionärs, 1936 (Robert Capa)	60
Abb. 3: Exekution auf offener Straße in Saigon, 1968 (Eddie Adams, AP)	61
Abb. 4: Lenin mit Trotzki und Kamenew, 1920 (G. P. Goldstein)	73
Abb. 5: Trotzki und Kamenew wegretuschiert.....	73
Abb. 6: Adolf Hitler bei der Familie Riefenstahl, 1937	74
Abb. 7: Adolf Hitler bei Familie Riefenstahl (ohne Goebbels).....	74
Abb. 8: O.J. Simpson auf den Titelcover von Newsweek und Time, 1994	80
Abb. 9: Lady Diana und Dodi als küssendes Paar, 1997	81
Abb. 10: Aus Wasser wurde Blut vor dem Tempel in Luxor, 1997	82
Abb. 11: Demonstration im Original und am <i>Krone</i> -Cover, 2000	83
Abb. 12: Minister Trittin auf Gewalt-Demo mit falscher Beschriftung, 2001	85
Abb. 13: Das Bild auf der Titelseite der Los Angeles Times, 2003.....	86
(Brian Walski).....	86
Abb. 14: Brian Walski machte aus zwei Bildern das Titelfoto.....	86
Abb. 15: Das laut Reuters authentische Foto, 2006 (Adnan Hajj, Reuters).....	88
Abb. 16: Rauchschwaden über Beirut: Das manipulierte Bild	88
Abb. 17: Modell gestufter Medienselbstkontrolle (nach Ingrid Stapf, 2005).....	101
Abb. 18: Herbert Tumpel mit blauem Auge: Titelblatt Kurier, 2009	124
Abb. 19: Fotomontage Opernball: Titelblatt Kurier, 2008	126

1 Einleitung

Ohne Medien ist unser Alltag heute kaum mehr denkbar. Unser Wissen über Geschichte und Gegenwart beziehen wir zum größten Teil aus den verschiedenen Print- und audiovisuellen Medien. Dadurch manifestiert sich auch ein gewisser Anspruch der Menschen an die Medien, der im heutigen 21. Jahrhundert dazu geführt hat, dass die Medienbranche weltweit von Schlagwörtern wie Schnelligkeit, Exklusivität und ökonomischem Zwang nach immer höheren Auflagen und Quoten bestimmt wird. So haben technologische Errungenschaften wie die Digitalisierung der Fotografie den Redaktionsalltag bedeutend erleichtert.

Mit der Digitalisierung haben jedoch auch die gestiegenen Möglichkeiten der Bildbearbeitung Einzug in den Redaktionen gehalten. Bildmanipulationen an sich sind nicht erst ein Phänomen, die dem digitalen Zeitalter zuzuschreiben sind. Schon früh wussten totalitäre Führer wie Hitler, Stalin und Lenin unliebsame politische Zeitgenossen von Bilddokumenten und damit „von der Bildfläche“ verschwinden zu lassen. Was zu dieser Zeit noch mit vergleichsweise hohem Aufwand verbunden war, gelingt heutzutage in nur wenigen Schritten. Trotz dieses Wissens scheint es nach wie vor, als hätte an Fotografien ein „dokumentarischer Charakter“, „alle Zweifel werden beseitigt, wenn über irgendetwas ‚sogar‘ Fotos existieren.“¹

Ins Kreuzfeuer der kritischen Öffentlichkeit geraten manipulierte Pressefotos meist dann, wenn sie entgegen jeglicher berufsethischer Grundsätze gegen Persönlichkeitsrechte verstoßen. Während in anderen europäischen Ländern ein Presserat über die Einhaltung ethischer Grundsätze wacht, existiert in Österreich seit Auflösung des Österreichischen Presserats 2002 keine vergleichbare Institution. Auch ist das damit eng verknüpfte Fach der Medienethik - gleichwohl es aufgrund aktueller Beispiele wie im Fall Natascha Kampusch und Familie Fritzl aus Amstetten verstärkt aufgegriffen wird - kaum institutionell etabliert oder kommunikationswissenschaftlich verankert.

Die vorliegende Arbeit gibt einen Überblick über die Techniken der digitalen Bildmanipulation und fragt vor dem Hintergrund der möglichen Neuformierung eines Presserates, wie dieses Thema gehandhabt werden soll und kann. Darüber hinaus ist in diesem Zusammenhang die Frage zu stellen, ab welchem Zeitpunkt von

¹ Haas, Hannes: Bilder sind Lügner. In: Der Standard, Sonderbeilage Foto-Album, 28.09.1995.

Manipulation, das heißt bewusster Täuschung, gesprochen werden kann. Vor dem Hintergrund dieser Fragen und um dem viel zitierten „gestiegenen Ethik-Bedarf“² Rechnung zu tragen, stellt die vorliegende Arbeit eine Standortbestimmung in Österreich dar. Damit soll ein Beitrag zur wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem Thema Medienethik geleistet werden.

Die vorliegende Forschungsarbeit gliedert sich in zwei Teile. Der erste, theoretische Teil dient als Grundlage und Orientierungsrahmen für die folgende empirische Untersuchung.

In Kapitel 2 „*Philosophische Grundlagen*“ wird allgemein in den Begriff der Ethik eingeführt sowie der wissenschaftliche Zugang zur Pflicht, moralisch zu handeln, erläutert.

In Kapitel 3 wird die „*Wissenschaftliche Standortbestimmung der Medienethik*“ im deutschsprachigen Raum im Vergleich zur Entwicklung in Amerika thematisiert. Der zweite Teilbereich widmet sich dem Verantwortungsbegriff auf den unterschiedlichen Ebenen, auf denen Medienethik diskutiert werden kann. Da es in dieser Arbeit vordergründig um die Bildethik geht, wird ein Einblick gegeben, wie das Bild Einzug in den wissenschaftlichen Diskurs hielt und sich darüber hinaus eine eigene Bildwissenschaft entwickelte.

Kapitel 4 beschäftigt sich mit dem „*Fotojournalismus im Wandel zum digitalen Zeitalter*“. Wie die Digitalisierung der Fotografie einen ganzen Berufsstand, dessen Arbeitsweisen und Produkt grundlegend veränderte, ist Thema dieses Abschnitts.

In Kapitel 5 „*Digitale Bildmanipulation als Herausforderung für die Medienethik*“ werden anhand praktischer Beispiele die vielfältigen Möglichkeiten der Irreführung und Täuschung durch Bildbearbeitung verdeutlicht. Es wird auf die Hintergründe für journalistische Fehlleistungen ebenso eingegangen, wie versucht wird mit Hilfe der Fachliteratur eine Grenze zwischen Bildoptimierung und Bildmanipulation zu ziehen.

In Kapitel 6 „*Medienethik und ihre Regulierung*“ geht es um den Begriff der Medienkontrolle generell sowie um verschiedene Modelle der Qualitätssicherung in

² Vgl. Funiok, Rüdiger: Medienethik. Trotz Stolpersteinen ist der Wertediskurs über Medien unverzichtbar. In: Karmasin, Matthias (Hrsg.): Medien und Ethik. Stuttgart 2002, S. 37; Vgl. Haller, Michael/ Holzhey, Helmut: Vorwort. In: Haller, Michael/ Holzhey, Helmut: Medien-Ethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus. Opladen 1992, S. 9.

Österreich. Diese unterschiedlichen Ansätze werden auf ihre Stärken und Schwächen untersucht und darüber hinaus auf ihre Praktikabilität bezüglich des Umgangs mit Bildmanipulationen.

Der zweite, empirische Teil der Forschungsarbeit widmet sich der Auswertung und Interpretation der Experteninterviews. Dabei wurden in der Theorie angesprochene Probleme und Fragestellungen mit den Expertenmeinungen aus der Praxis verglichen und versucht Ansätze für eine wirksame Medienkontrolle in Hinblick auf medienethische Fragen wie digitale Bildmanipulation zu finden.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit, wurden geschlechtsbezogene Begriffe in der gesamten nachstehenden Arbeit, in ihrer männlichen Form verwendet – dies impliziert selbstverständlich auch die weibliche Form.

2 Philosophische Grundlagen

2.1 Ethik als wissenschaftliche Beschäftigung mit der Moral

Die Auseinandersetzung mit digitaler Bildmanipulation im Journalismus setzt vor allem die Beschäftigung mit der - im deutschen Sprachraum erst im Aufbau befindlichen – Medienethik als Teilbereich der angewandten Ethik voraus. Sie thematisiert, was in den Medien als moralisch geboten, verboten oder erlaubt gelten darf.³ Angesichts der rasanten Entwicklung der Medienlandschaft und dem zunehmend unübersichtlichen Angebot, ist heute oftmals die Rede von einem gestiegenen „Ethik-Bedarf“.⁴ In der folgenden Einbettung des Themas in den wissenschaftlichen Kontext, werden die verschiedenen Berufsgruppen der Journalisten, Pressefotografen, Herausgeber und Verleger unter dem Überbegriff „Medienschaffende“ zusammengefasst.

Aufgrund der häufigen synonymen Verwendung von „Ethik“ und „Moral“ in der Alltagssprache, ist eine Definition und Abgrenzung der beiden Begriffe voneinander notwendig.

„Moral bezeichnet einen Bereich des menschlichen Lebens, der von Kunst, Wissenschaft, Recht oder Religion verschieden ist; Moral ist die Gesamtheit der moralischen Urteile, Normen, Ideale, Tugenden, Institutionen.“⁵

Moral wird täglich gelebt, zu moralischem Handeln wird erzogen und es gibt sie in allen sozialen Kontexten. Als „moralisch“ bzw. „sittlich gut“ gelten Verhaltens- und Einstellungsnormen dann, wenn sie in einer Kultur, Gruppe oder Gesellschaft über längere Zeit hinweg offiziell und von der Mehrheit als verbindlich angesehen werden.⁶ Moralische Tugend - oder eine aus Wertorientierungen entstandene Grundhaltung - entsteht demnach auch durch Gewöhnung, durch Übernahme von gesellschaftlichen Moralvorstellungen und Normen. Unabdingbar für eine sittliche Grundhaltung ist auch das Streben des Einzelnen, die mögliche Vollkommenheit beim Handeln zu erkennen und bewusst anzustreben.⁷

³ Vgl. Funiok, 2002, S. 37.

⁴ Vgl. ebenda.

⁵ Ricken, Friedo: Allgemeine Ethik (= Grundkurs Philosophie, Band 4). Stuttgart ⁴2003, S. 17.

⁶ Vgl. Der Volksbrockhaus, 1981

⁷ Vgl. Funiok, Rüdiger: Medienethik. Verantwortung in der Mediengesellschaft. Stuttgart 2007, S. 34f.

Die erstmalige Beschäftigung mit Ethik als philosophische Disziplin wird Aristoteles zugeschrieben. Er leitet Ethik vom griechischen Begriff *ēthos* (Gewohnheit, Sitte, Brauch) ab.⁸ Ethik predigt nicht Normen und Wertvorstellungen, ihre Aufgabe ist es sie zu reflektieren:

„Ethik bezeichnet die wissenschaftliche Beschäftigung mit der Moral, wie sie in einer Gesellschaft oder einem ihrer Teilbereiche praktiziert wird, mit dem dabei entwickelten moralischen Orientierungen (Idealen und Werten), mit (aktuellen oder historischen) moralischen Überzeugungen und ihren (impliziten oder expliziten) Begründungen konkreter Normen und Regeln.“⁹

Für Medienschaffende bedeutet das, ihr Handeln bei ihrer Arbeit stets auf die Einhaltung ihres Berufsethos, wie er im Rahmen des Ehrenkodex der Presse konkretisiert ist, sowie auf eine qualitätsvolle Berufsausübung zu achten. Für die Medienethik ist weiters die Beschäftigung mit den Selbstkontrollgremien zentral, die dieses Ethos gegenüber der Gesellschaft vertreten und nach innen für die Berücksichtigung in der Berufspraxis sorgen.¹⁰

2.2 Theoriekonzepte zur Begründung der Pflicht, moralisch zu handeln

Wer sich für einen Beruf als Medienschaffender entscheidet, wird mehrmals in seiner beruflichen Karriere mit der Frage nach moralisch richtigem Handeln konfrontiert werden. Auch wenn sich die Menschen in der Frage nach sittlich gutem und richtigem Handeln in der Geschichte wie in der Gegenwart nicht immer sicher und noch weniger einig sind, in dieser Situation übernimmt die philosophische Ethik die Aufgabe Maßstäbe und Kriterien für sittlich gutes Handeln zu begründen.¹¹ Mit Begründungen für die Pflicht, moralisch zu handeln, haben sich Philosophen bereits Ende des 18. Jahrhunderts auseinandergesetzt.¹² Die im Folgenden kurz vorgestellten, wichtigsten Theoriekonzepte bilden noch heute eine wesentliche Grundlage für die Herausbildung eines Berufsethos unter Medienschaffenden und auch für Entscheidungen durch Selbstkontrollgremien der Medien.

⁸ Vgl. Ebenda.

⁹ Ebenda, S. 11.

¹⁰ Vgl. Ebenda, S. 35.

¹¹ Vgl. Höffe, Otfried: Sittlich-politische Diskurse. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Ethik der Massenmedien. Wien 1996, S. 13.

¹² Vgl. ebenda, S. 14f.

Die allgemeine Ethik ist vorrangig theorieorientiert. Sie befasst sich nicht mit der Lösung konkreter moralischer Probleme, sondern diskutiert, wie sich Moral mit Vernunftargumenten begründen lässt.¹³

2.2.1 Der Utilitarismus

Im Gegensatz zur Diskussion im deutschsprachigen Raum, ist der Utilitarismus im englischsprachigen Raum seit dem Ende des 18. Jahrhunderts die einflussreichste und meist diskutierte Richtung der Ethik. Zu seinen wichtigsten Vertretern zählen der Rechtstheoretiker und Sozialreformer Jeremy Bentham und der Philosoph John Stuart Mill. Dem Diktat des utilitaristischen Prinzips folgend, sind Handlungen und ihre Regeln ausschließlich anhand der entstehenden Folgen zu bewerten. Die moralische Beurteilung, ob eine Handlung als richtig oder falsch gilt, wird nicht von der Handlung selbst bestimmt, sondern richtet sich nach der gesamtgesellschaftlichen Nutzenmaximierung. Ihre Richtigkeit bestimmt sich somit von den Folgen her.¹⁴

Die vier maßgeblichen Prinzipien des Utilitarismus (Folgen-, Nutzen-, Lust- und Sozialprinzip) lassen sich im Prinzip der Nützlichkeit zusammenfassen:¹⁵

„Die Handlung bzw. Handlungsregel ist im sittlichen Sinn gut bzw. richtig, deren Folgen für das Wohlergehen aller Betroffenen optimal sind.“¹⁶

Der Utilitarismus hält demnach Medienschaffende dazu an, die Folgen ihrer Handlungen dahingehend zu prüfen, ob sie einem höchsten Ziel dienen oder nicht.¹⁷ Damit einher geht die oftmals angeführte Informationspflicht, die Herstellung von Öffentlichkeit für Themen allgemeinen Interesses, als Legitimationsgrund für ethisch bedenkliche Handlungen respektive Veröffentlichungen.¹⁸

¹³ Vgl. Funiok, 2007, S. 38.

¹⁴ Vgl. Höffe, 1996, S. 14f.

¹⁵ Vgl. ebenda, S. 15.

¹⁶ Ebenda.

¹⁷ Vgl. ebenda, S. 20.

¹⁸ Vgl. Funiok, 2007, S. 91.

2.2.2 Pflichtethik und Diskursethik

Einen ähnlich eingeschränkten Gebrauch machen Medienethiker vom *deontologischen* (kantischen) Paradigma oder Pflichtethik. Bei Kant steht der Selbstzweck des Menschen im Vordergrund: Mit dem kategorischen Imperativ stets so zu handeln, dass die Maxime eines Willens zu jeder Zeit als Prinzip einer allgemein gültigen Gesetzgebung gelten könnte, hat Immanuel Kant eine formale Regel formuliert, mit der eigene sittliche Entscheidungen jederzeit auf ihre Universalisierbarkeit geprüft werden können.¹⁹

Die von Rüdiger Funiok (2007) als „Neuaufgabe der Kant'schen Pflichtethik“ bezeichnete Diskursethik als Moralprinzip rückt den Diskurs (K.-O. Apel) und die Kommunikation, den Konsens (J. Habermas) in den Mittelpunkt. Habermas verleiht dem kategorischen Imperativ eine dialogische Prägung.²⁰

„(...) daß nur im Dialog geklärt werden kann, ob eine Norm allgemeingültig und konsensfähig sein kann. Die Maximen müssen demzufolge der diskursiven Prüfung und dem Universalisierungsanspruch aller anderen unterliegen. (...) vielmehr bietet die Übereinstimmung der am Diskurs Beteiligten das ausschlaggebende Kriterium zur Begründung moralischer Regeln.“²¹

2.2.3 Verantwortungsethik

Als ein für die Medienethik wichtiges Theoriekonzept, um die Pflicht zu moralischem Handeln zu begründen, sei hier die Verantwortungsethik angeführt. Anfang des 20. Jahrhunderts führte der Soziologe Max Weber den Verantwortungsbegriff in den medienethischen Diskurs ein und erhob ihn damit zur ethischen Schlüsselkategorie. Er postulierte es als sozialetische Verpflichtung, dass man für die (voraussagbaren) Folgen seines Handelns aufzukommen hat. Weiters enthält der Verantwortungsbegriff die Tugend der Klugheit als rationales Element, die im Gegensatz zur Gesinnungsethik eines Heiligen, wie Max Weber die Verantwortung eines Politikers vergleicht, nicht auf die Verfolgung des Guten um jeden Preis

¹⁹ Vgl. Ebenda, S. 41.

²⁰ Vgl. Schicha, Christian: Aufgaben, Merkmale und Ziele der angewandten Ethik. In: Schicha, Christian (Hrsg.): Kriterien einer nachhaltigen Wirtschaftsethik. Kommunikation im Spannungsfeld zwischen Ökonomie und Ökologie. Duisburg 2000, S. 3-26, Online unter: http://www.schicha.net/fileadmin/user_upload/Texte/Angewandte_Ethik.pdf [Stand: 14.03.2009]

²¹ Ebenda.

gerichtet ist. Vielmehr geht es um die Verbesserung der Wirklichkeit im Rahmen des menschlich und finanziell Möglichen.²² Auf den Verantwortungsbegriff im Rahmen der Medienethik wird zu einem späteren Zeitpunkt noch genauer eingegangen (siehe Kapitel 3.2)

²² Vgl. Funiok, 2002, S. 43f.

„Der Einfluss der Medien in der heutigen Welt kann kaum hoch genug eingeschätzt werden. Die sich abzeichnende Informationsgesellschaft ist eine echte Kulturrevolution, die die Mittel der sozialen Kommunikation zum ‚ersten Aeropag der neuen Zeit‘ macht (Enzyklika Redemptoris missio, 37), wo man sich ständig über Fakten, Ideen und Werte austauscht. Die Menschen kommen durch die Medien mit anderen Menschen und Ereignissen in Kontakt und bilden sich ihre Meinungen über die Welt, in der sie leben, ja sie bilden sich ihr Verständnis vom Sinn des Lebens. Für viele Menschen ist die Erfahrung dessen, was Leben ist, heute weitgehend eine durch die Medien vermittelte Erfahrung.“²³

Johannes Paul II.

3 Wissenschaftliche Standortbestimmung der Medienethik

Medienethik ist in erster Linie eine sozialwissenschaftliche, deskriptive Form der Ethik. Sie erhebt zum Beispiel die der journalistischen Arbeit zugrunde liegenden Prinzipien und Werte und kann so Abweichungen von einem anerkannten Ethikkodex verdeutlichen.²⁴ Allgemeiner drückt es Klaus Wieglerling in seinem Grundlagenwerk über Medienethik aus:²⁵

„Sie [Die Medienethik, Anm. d. V.] beschreibt das Verhalten des Menschen unter medialen Bedingungen. Sie gibt weniger Antworten auf die Frage, was wir angesichts neuer, veränderter Bedingungen des Handelns tun sollen, als vielmehr (...) was wir zu beachten haben. Sie ist (...) Verantwortlichkeit sensibilisierend.“²⁶

Es ist wichtig festzuhalten, dass es nicht in der Macht der Medienethik oder der verstärkten Diskussion derselben liegt, Missstände oder Fehlhandlungen zu verhindern. Ethik ist eine wissenschaftliche, gelebte Moral reflektierende Disziplin, die sensibilisieren kann und die Menschen zu verantwortungsbewusstem Handeln befähigt.²⁷ Medienethik versteht sich als Diskursfeld, das die Funktion moralischer

²³ Johannes Paul II zum 34. Welttag der sozialen Kommunikation (04.06.2000), zit. nach: Karmasin, Matthias: Zur Verantwortung der Medien in der Medien- und Informationsgesellschaft. In: Denken und Glauben, Nr. 148/ 2007, Online unter: http://www.khg-graz.at/cms/fileadmin/DenkenUndGlauben/DG148/Zur_Verantwortung_der_Medien.pdf [Stand: 28.3.2009]

²⁴ Vgl. Funiok, 2002, S. 38.

²⁵ Vgl. Wieglerling, Klaus: Medienethik (= Sammlung Metzler, Band 314). Stuttgart 1998, S. 1.

²⁶ Ebenda.

²⁷ Ebenda, S. 4.

Orientierungen und Handlungsmaxime in der Medienkommunikation thematisiert wird.²⁸

Im Unterschied zur deskriptiven Ethik will die normative oder „normbegründende“ Ethik der Philosophie vorhandene Normen und Moralvorstellungen nicht beschreiben, sondern philosophisch begründen.²⁹

„Die Ethik fragt nicht, wie die Menschen sich verhalten, sondern wie sie sich verhalten sollen; sie fragt nicht, ob eine Handlungsweise für richtig gehalten wird, sondern ob sie richtig ist.“³⁰

Bezogen auf die Medien fragt Medienethik danach, welche Strukturen, Wertorientierungen und (Selbst-)Verpflichtungen geeignet sind, um verantwortliches Handeln in der Produktion, Distribution und Rezeption von Medienangeboten zu gewährleisten.³¹

Mit Bayertz können fünf idealtypische Stufen der philosophisch-ethischen Argumentation unterschieden werden:³²

1. Auf der untersten Ebene liegen *moralische Urteile*. Sie kommen im journalistischen Tagesgeschäft permanent zur Anwendung, wenn es um die Veröffentlichung eines bestimmten Details geht. Aber auch abschließende Urteile des Presserats haben die Form moralischer Urteile. Sie drücken aus, was zu tun und was zu unterlassen ist³³, wie z.B.: Die Bilder von den aus den Fenstern des World Trade Center springenden Menschen dürfen nicht veröffentlicht werden.³⁴
2. Den moralischen Urteilen liegen auf einer abstrakteren Ebene *Regeln und Normen* zugrunde, wie z.B. die journalistischen Grundsätze, die sich Medienschaffende als ethische Selbstverpflichtung auferlegt haben und die aus diesem Grund nicht rechtlich bindend sind. Ebenso zählen Programmrichtlinien oder Redaktionsstatuten zu diesen Regeln, deren

²⁸ Vgl. Funiok, Rüdiger: Medienethik. In: Hüther, Jürgen/ Schorb, Bernd (Hrsg.): Grundbegriffe der Medienpädagogik. München 2005, S. 243-251. Online unter: http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/funiok_medienethik/funiok_medienethik.pdf [Stand: 08.07.2009]

²⁹ Vgl. Funiok, 2007, S. 37.

³⁰ Ricken, 2003, S. 18.

³¹ Vgl. Funiok, 2005, S. 243.

³² Vgl. Leifert, Stefan: Bildethik. Theorie und Praxis im Bildjournalismus der Massenmedien. München 2007, S. 149f.; Vgl. Karmasin, 2002, S. 38ff.

³³ Vgl. Leifert, 2007, S. 149.

³⁴ Vgl. ebenda.

gemeinsamer Nenner das „Verantwortungsethos“ ist, das sie in praktikable Handwerksregeln übersetzen wollen. Sie dienen vor allem Berufsanfängern der Orientierung, um sich mit ihren Aufgaben und Pflichten vertraut zu machen.³⁵

3. Auf der dritten Abstraktionsebene sind *moralische Grundüberzeugungen* anzusiedeln. Diese Haltungen besitzen intuitiv eine hohe Plausibilität, wie z.B. dass Wahrhaftigkeit zu den wesentlichen Tugenden eines jeden Medienschaffenden gehören sollte.³⁶
4. Zu den wesentlich abstrakteren, *ethischen Prinzipien* auf der vierten Ebene zählen die Anerkennung der Personalität, das Prinzip der Autonomie oder das Recht auf Leben, welche durch ihren Universalcharakter gekennzeichnet sind.³⁷
5. Auf der fünften und letzten Ebene finden sich *ethische Theorien*, mit denen diskutiert wird, wie man das Grundprinzip moralischen Handelns überhaupt bestimmen kann.³⁸

Medienethik ist eine Bereichsethik oder auch angewandte Ethik. Stefan Leifert führt den Beginn der intensiver geführten Diskussion um Medienethik auf die 80er Jahre zurück.³⁹ Er begründet dies mit der Kommerzialisierung des Fernsehens durch die Einführung des dualen Rundfunksystems, die gewachsene Marktorientierung der Medieninhalte, das veränderte Verhältnis zwischen Politik und Medien sowie eine Reihe journalistischer Fehlleistungen.⁴⁰ Wobei eine Ethik der Medien nicht erst seit der verstärkten Thematisierung in den 80er Jahren existiert,

Medien standen schon immer im Dienst sittlicher Prägung, von der erzieherischen Aufgabe des antiken Theaters bis zum Bewusstsein formierenden Einsatz des Films in der frühen Sowjetunion und zur gegenwärtigen medialen Konsumsteuerung.⁴¹ Julian Nida-Rümelin argumentiert die Notwendigkeit angewandter Ethiken damit, dass sich aufgrund wissenschaftlich-technischer Entwicklungen neue Handlungsmöglichkeiten und damit Bewertungsprobleme ergeben, für die eine allgemeine Moral keine trennscharfen Kriterien bereithält.⁴²

³⁵ Vgl. Leifert, 2007, S. 150.

³⁶ Vgl. Funiok, 2002, S. 39.

³⁷ Vgl. ebenda.

³⁸ Vgl. ebenda; Vgl. Leifert, 2007, S. 150.

³⁹ Vgl. Leifert, 2007, S. 152.

⁴⁰ Vgl. ebenda.

⁴¹ Vgl. Wiegerling, 1998, S. 31.

⁴² Vgl. Vgl. Funiok, 2002, S. 41.

Eine für die Medienethik relevante technische Entwicklung ist die Digitalfotografie und die damit immer einfacheren und perfektionierten Möglichkeiten der Manipulation. Obwohl die Manipulation von Bildern so alt ist wie die Fotografie selbst, stellt sie heute aufgrund von Verletzungen des Persönlichkeitsrechts sowie Verletzungen der Objektivitäts- und Authentizitätsnorm ein Problemfeld der Medienethik dar.⁴³

Neben der Bestimmung von Medienethik als normbegründende sowie angewandte Ethik, ist Ethik zuletzt noch als „innere Steuerungsressource“ und in ihrer Bedeutung vor und neben dem Recht zu erläutern. Während das Recht durch Zwang und Sanktionierung charakterisiert ist, sind medienethische Reflexionen auf Selbstbindung angewiesen und darüber hinaus ethische Argumente nur dann wirksam, wenn sich Personen oder Institutionen zu verantwortlichem Handeln verpflichtet fühlen - wobei der Druck einer wachsamen Öffentlichkeit nicht unterschätzt werden darf.⁴⁴

Ethik als „innere Steuerungsressource“ kann sich beispielsweise in einem freiwilligen, aber verbindlichen Berufsethos wie den Publizistischen Grundsätzen oder selbst auferlegten Programmrichtlinien artikulieren. Auch rechtliche Normen sind zum Teil ethische Normen, die politisch gesetzt und bei Zuwiderhandlung mit Strafen sanktioniert werden. Im Gegensatz dazu können nicht-rechtsförmig formulierte, ethische Normen nicht eingeklagt oder bestraft werden. Hierfür gibt es eigene Mittel, wie Missbilligung, Tadel und Verachtung, die von Selbstkontrollgremien zur Ahndung von ethischen Fehltritten eingesetzt werden.⁴⁵ Allerdings waren in Österreich diese Maßnahmen zur Sanktionierung mit ein Grund dafür, warum der Österreichische Presserat bis zuletzt als „zahnloser Tiger“ bezeichnet wurde.⁴⁶

Da jedoch das Medienrecht und die ihm folgende Rechtssprechung den technologischen Entwicklungen in weiten Teilen hinterher hinken, ist die Selbstkontrolle in vielen Fällen die einzige Möglichkeit, das Handeln von Medienschaffenden einem prüfenden Verfahren zu unterziehen.⁴⁷ Rüdiger Funiok, Professor für Pädagogik und Kommunikationswissenschaft an der Hochschule für

⁴³ Vgl. Leifert, 2007, S. 220.

⁴⁴ Vgl. Leifert, 2007, S. 153f; Vgl. Funiok, 2002, S. 41f.

⁴⁵ Vgl. ebenda.

⁴⁶ Vgl. Haas, Hannes: Die Jagd nach der Information. Haben journalistische Ethik oder Presserat noch eine Funktion? Podiumsdiskussion am 13.10.2008, OÖ. Presseclub, Ursulinenhof Linz; Vgl. Haller, Michael/ Holzhey, Helmut: Die Frage nach einer Medienethik. In: Haller/ Holzhey, 1991, S. 11.

⁴⁷ Vgl. Funiok, 2002, S. 42f.

Philosophie München, bezeichnet diese Eigenart des Medienrechts „retrospektiv“ und spricht der Medienethik wiederum das Potenzial einer „prospektiven Orientierung“ zu.⁴⁸

„Medienethik kann im Unterschied zum Recht eine *prospektive* Orientierung bereitstellen, indem sie für sich erst etablierende Programmformen (...) die Formulierung von Richtlinien – im Sinne einer, alle Anbieter bindenden Selbstverpflichtung – vorschlägt.“⁴⁹

Matthias Karmasin definiert vier Probleme, mit denen die Rechtssetzung zu kämpfen hat und die wiederum durch ethische Initiativen zumindest teilweise abgefangen werden können. Sie machen erstens einen Timelag zwischen Rechtssprechung und herausfordernden technischen bzw. ökonomischen Entwicklungen aus: So konstatieren sie Richtern ein Informationsdefizit in Bezug auf neue Medien und deren Eigenarten. Zweitens nennen sie die „Unschärfe“ des Rechts in Grenzfällen, vor allem wenn mehrere unterschiedliche Normen abzuwägen sind. Ein drittes Problem von Recht ergibt sich dadurch, dass viele Medienunternehmen international agieren und sich dadurch zunehmend dem Zugriff nationaler Rechtsordnungen entziehen. Die vierte und letzte Problematik sieht Karmasin in Kommunikationsräumen wie Intranet oder Chatrooms, in denen sich zwar moralische Standards ausbilden, diese sich jedoch von ihrer Natur aus staatlicher Kontrolle entziehen.⁵⁰

3.1 Entwicklung der Medienethik

3.1.1 Exkurs: Entwicklung der Medienethik in den Vereinigten Staaten

Die Medienethik hat sich in den USA – im Unterschied zum deutschsprachigen Raum – bereits früh entwickelt.⁵¹ Ethische Handlungsweisen und Standards entwickelten sich langsam im 18. und 19. Jahrhundert, als der Journalismus in Amerika eine immer stärkere Professionalisierung erfuhr. Obwohl die Sorge über

⁴⁸ Vgl. ebenda.

⁴⁹ Funiok, 2002, S. 43.

⁵⁰ Vgl. Karmasin, Matthias: [Art.] Medien, In: Handbuch der Wirtschaftsethik (Hrsg. Im Auftrag der Göttes-Gesellschaft von Wilhelm Korff u.a., Band 4). Ausgewählte Handlungsfelder, Gütersloh 1999, S. 351-381, zit. nach: Funiok, 2002, S. 42f.

⁵¹ Vgl. Funiok, 2007, S. 24f.

das Verhalten der Medien und deren Inhalt schon immer präsent war, wurde Kritik in Bezug auf Ethik erst ab den 1890er Jahren laut. John P. Ferré macht die Entwicklung der Medienethik in der Geschichte an vier Rahmenbedingungen fest: der Kritik im progressiven Zeitalter, Professionalisierung des Journalismus, Bewusstsein für soziale Verantwortung und an der globalen humanitären Einstellung. Weiters macht er die allgemeine Entwicklung der Medien dafür verantwortlich. Ferré beschreibt die systemische Veränderung der Medien von ihrer politischen Orientierung während der Entwicklung des Parteien-Systems in den 1830ern, über ihre Rolle mit Aufkommen des Telegrafen und der „penny press“ der gesamten Bevölkerung Informationen zur Verfügung zu stellen. Mit der Industriellen Revolution am Ende des 19. Jahrhunderts folgten die Medien mehr und mehr einem Business-Modell und damit einem unternehmerischen Denken.⁵²

„Oriented to consumers of news, the press added drama to what had become its traditional role of presenting ideas and reporting events. Critics after the Civil War increasingly assumed that news was separate from opinion, public service superseded profit, poor taste had no place in newspapers, and privacy deserved protection. The business-oriented press came to believe that there was no market for controversial ideas, but that their customers had boundless desire for sensationalism.“⁵³

Dieser neue Weg den die amerikanischen Medien einschlugen, manifestierte sich sowohl inhaltlich, als auch visuell. Neuigkeiten gelangten immer schneller zu den Lesern, Titelblätter und Aufmacher wurden reißerisch gestaltet und folgten dem Grundsatz „sex and crime sells“. Mit der Popularität der Tagespresse gingen allerdings auch Beschwerden des Publikums einher, dass Neuigkeiten häufig „falsch“, „unvollständig“, „gefärbt“ oder „anstößig“ seien. Als Zeichen der Professionalisierung des Berufsstandes der Journalisten und um einen gewissen journalistischen Anspruch zu demonstrieren, wurde um 1910 Ethik in die journalistische Ausbildung integriert. Zur selben Zeit wurde der erste Code of Ethics für Journalisten von William E. Miller formuliert. Jenem Beispiel der Kansas Editorial Association folgten zahlreiche weitere Presseverbände und Medien in ganz Amerika. Jedoch war bereits damals die Problematik dieselbe, denn⁵⁴

„(...) ethic codes have been neither universally welcome nor effective.“⁵⁵

⁵² Vgl. Ferré, John P.: A Short History of Media Ethics in the United States. In: Wilkins, Lee/Christians, Clifford G.: The Handbook of Mass Media Ethics. New York/London 2009, S. 16ff.

⁵³ Ebenda, S. 16.

⁵⁴ Ebenda, S. 19ff.

⁵⁵ Ebenda, S. 20.

Als Folge der gängigen Praxis der Zensur in Kriegszeiten und der damit einhergehenden Angst um die Pressefreiheit, veröffentlichte die eigens formierte Hutchins Commission 1947 einen Report zur „Freien und verantwortungsvollen Presse“. Dieser Report nahm in erster Linie die Presse selbst in die Pflicht:⁵⁶

„(...) the press was responsible for providing (1) daily news that is trustworthy; (2) a forum for public expression; (3) inclusive reporting, free of stereotypes; (4) stories that pursue and probe democratic life; and (5) universal access to daily news.“⁵⁷

Während die Presse weitgehend versuchte den Report der Hutchins Commission zu ignorieren, wurde die propagierte soziale Verantwortung der Medien gegenüber ihren Lesern im akademischen Umfeld ernst genommen und mündete schließlich in der Gründung von Presseräten, Ombudsmännern und kritischen Periodika (Journalism Reviews). Ihre Hauptaufgabe war und ist es das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Medien aufrecht zu erhalten und eingehende Beschwerden zu bearbeiten. „Washington News Council“, „Honolulu Media-Community Council“ und „The Southern California News Council“ sind nur einige der neu gegründeten, regionalen Gremien. Der einzige überregionale Rat - der „National News Council“ - wurde 1973 gegründet. Da sich jedoch Amerikas wichtigste Medienkonzerne wie die New York Times, Associated Press und CBS – mit der Begründung ein solcher Presserat würde die Türen für politische Eingriffe öffnen – dagegen aussprachen, wurde er bereits zehn Jahre später wieder eingestellt.⁵⁸

Seit den 1980er Jahren sieht sich die Medienethik neuen Herausforderungen gegenüber gestellt. Eine noch nie da gewesene Fülle an Medien sowie technische Multiplikatoren wie Satellitenübertragung, Handy und Internet, erschweren die Überwachung und Einhaltung publizistischer Grundsätze. Das von Marshall McLuhan vorausgesagte „global village“ scheint für den Moment erfüllt.⁵⁹

3.1.2 Medienethik im deutschsprachigen Raum

Wie im vorangegangenen Exkurs zur Entwicklung der Medienethik im US-amerikanischen Raum bereits angemerkt wurde, hat ein vergleichbarer

⁵⁶ Vgl. ebenda, S. 22.

⁵⁷ Ebenda.

⁵⁸ Vgl. ebenda, S. 15ff.

⁵⁹ Vgl. ebenda, S. 24.

wissenschaftlicher Diskurs im deutschsprachigen Raum erst relativ spät eingesetzt. Noch 1971 musste Elisabeth Noelle-Neumann in der Einleitung zum Fischer-Lexikon Publizistik vermerken, dass es in diesem Forschungsfeld ein geringes oder allenfalls partielles wissenschaftliches Interesse an ethischen Fragen gibt. Der Beginn der intensiv geführten Diskussion um die Medienethik fällt in die frühen achtziger Jahre des 20. Jahrhunderts. Vorangetrieben wurde diese Debatte in erster Linie durch „Fälle“ wie die Geiselnahme von Gladbeck (1988), die Barschel-Affäre (1987), die gefälschten Hitler-Tagebücher (1983) oder die „Medienkatastrophe Lainz“ (1989)⁶⁰. Kritisiert wurde unter anderem das vermeintlich sensationistische Ausschlachten der Gefühle von Opfern und Trauernden, zweifelhaften Methoden der Informationsbeschaffung, Fälschungen und Behinderung von polizeilichen Ermittlungen.⁶¹ Trotz dieses Auftriebs, kritisiert der Schweizer Kommunikationswissenschaftler Ulrich Saxer noch Mitte der Achtziger, dass die Diskussion mehrheitlich reaktiv und fragmentarisch verlaufe und eine strukturierte Dauerreflexion noch ausstünde.⁶² Ebenso steht der Versuch aus, Medienethik als angewandte Ethik und damit als interdisziplinäres Fach von Philosophen und Kommunikationswissenschaftlern zu etablieren.⁶³ In Österreich ist Medienethik bis dato kaum wissenschaftlich institutionalisiert und auch in der Ausbildung von Journalisten und Medienschaffenden spielt sie eine untergeordnete Rolle.⁶⁴

Wie im US-amerikanischen, so waren es geschichtlich auch im deutschsprachigen Raum eher die Praktiker der massenmedialen Kommunikation, die sich den Fragen der Verantwortung stellten. Eine wichtige Institutionalisierung erfuhr Medienethik demnach als 1956 in Deutschland der Deutsche Presserat, der vom Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. (BDZV), Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V. (VDZ), dem Deutschen Journalisten-Verband (DJV) sowie der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union getragen wird, gegründet wurde. 1961 folgte Österreich dem deutschen Beispiel nach und 1977 gründete auch die Schweiz einen Presserat als ethische Beschwerdeinstanz. Deren Arbeit basiert auf Publizistischen Grundsätzen, denen sich das Gros der Medienschaffenden in

⁶⁰ Vgl. Langenbucher, Wolfgang R.: Zur Debatte über Medienethik in Österreich. In: Haller, Michael/ Holzhey, Helmut (Hrsg.): Medien-Ethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus. Opladen, 1992, S.50.

⁶¹ Vgl. ebenda.

⁶² Vgl. Funiok, 2007, S.25.

⁶³ Vgl. ebenda, S. 24.

⁶⁴ Vgl. Schicha, Christian: Medienethik in der Aus- und Fortbildung von Medienberufen. Bericht der Jahrestagung des Netzwerks Medienethik und DGPK Fachgruppe Kommunikations- und Medienethik am 20.-21.02.2003, München. Online unter: http://www2.dgpuk.de/fg_ethik/kme_tagungsbericht.html [Stand: 08.07.2009]

diesen Ländern verpflichtet. So mussten Redakteure gegenüber Kontrollgremien und der Öffentlichkeit bestimmte Entscheidungen rechtfertigen und hatten zumindest als Mitglied eines Berufsverbandes einem „Code of Ethics“ zugestimmt.⁶⁵ Zweifellos haben Quantität und Qualität der Publikationen, Selbstkontrollgremien und Vereinigungen seit den 80er Jahren im Bereich der Medienethik erheblich zugenommen.⁶⁶ Allerdings, so bemerkt Rüdiger Funiok, kann die gestiegene Anzahl an Publikationen über das geringe Ausmaß, vor allem die mangelhafte Qualität der öffentlichen Diskussion medienethischer Fragen, hinwegtäuschen. Denn, wenn grobe journalistische Fehlleistungen, Schüler-Amokläufe oder Inzest-Dramen zu kurzfristiger Aufmerksamkeit verhelfen, so muss die kontinuierliche Beschäftigung mit Medienethik noch größer werden – in der Öffentlichkeit und in der Kommunikationswissenschaft.⁶⁷

⁶⁵ Vgl. Funiok, 2007, S. 30.

⁶⁶ Einen detaillierten Überblick über medienethische Monografien, Sammelbände, Dissertationen und Habilitationen sowie eine Angabe zu gesellschaftlichen Gruppen und wissenschaftlichen Vereinigungen, die sich mit dem Fach der Medienethik auseinandersetzen, gibt Funiok, 2007, S. 27ff.

⁶⁷ Vgl. Funiok, 2007, S. 33.

3.2 Medienethik als Frage nach Verantwortung

Als Begründung der Frage nach ethischem Handeln in Medienberufen hat als Schlüsselkategorie der Begriff „Verantwortung“ breite Zustimmung gefunden. Der, auf den Soziologen Max Weber zurückgehende Begriff, zielt auf die sozioethische Verpflichtung ab, dass jeder für die absehbaren Folgen seines Handelns Verantwortung übernehmen muss.⁶⁸ Der Verantwortungsbegriff enthält einerseits die Tugend der Klugheit, welche jedoch weniger auf die bedingungslose Verfolgung des Guten aus Prinzip ausgerichtet ist, sondern auf die Verbesserung der Wirklichkeit im Rahmen menschlicher, ökonomischer und technischer Möglichkeiten.⁶⁹ Weiters bezieht sich der Verantwortungsbegriff auf das „Kantische Sich-in-die-Pflicht-genommen-Sehen“.⁷⁰ Bernhard Debatin gibt allerdings zu beachten, dass eine Handlung kein objektives Ereignis ist, sondern sich aus der Zuschreibung des Handlungssubjekts selbst oder auch durch andere ergibt. Im engeren Sinn versteht Debatin Handlungen als Verhaltensform, die durch Bewusstheit, Zielgerichtetheit und Kontrollierbarkeit gekennzeichnet sind und damit immer das Moment der Auswahlmöglichkeit und der (bewussten) Entscheidung enthalten.⁷¹

Die Frage nach der Verantwortung lässt sich in sechs Teilfragen formulieren:⁷²

1. Wer trägt Verantwortung? (Handlungsträger)
2. Was ist zu verantworten? (Handlung)
3. Wofür trägt er Verantwortung? (Folgen)
4. Wem gegenüber trägt er Verantwortung? (Betroffene)
5. Wovor muss er sich verantworten? (Instanz)
6. Weswegen muss man sich verantworten? (Werte, Normen, Kriterien)

In der Medienpraxis ist die Frage nach dem Verantwortungs- und Handlungsträger häufig umstritten.⁷³

⁶⁸ Weber, zit. nach: Funiok, Rüdiger: Medienethik. Trotz Stolpersteinen ist der Wertediskurs über Medien unverzichtbar. In: Karmasin, 2002, S. 43.

⁶⁹ Vgl. Leifert, 2007, S. 154f.

⁷⁰ Ebenda, S. 155.

⁷¹ Vgl. Debatin, Bernhard: Verantwortung im Medienhandeln Medienethische und handlungstheoretische Überlegungen zum Verhältnis von Freiheit und Verantwortung in der Massenkommunikation. In: Wunden, Wolfgang (Hrsg.): Freiheit und Medien. Beiträge zur Medienethik (Band 4). Frankfurt a. M. 1998, S. 114f; Vgl. Leifert, 2007, S. 155.

⁷² Vgl. Funiok, 2002, S. 44.

⁷³ Vgl. ebenda.

„Wer ist im arbeitsteiligen Prozess der Erstellung und Verbreitung von Medienangeboten verantwortlich zu machen? Sind es die einzelnen Produzenten, sind es die Institutionen oder die Strukturen des Mediensystems?“⁷⁴

Es liegt nicht oder kaum in der Entscheidungsmacht von Bildjournalisten und Kameralenten, Ausrichtung, Machart, Kontext oder Themen der Formate auszuwählen, für die sie innerhalb eines Mediums oder Verlages arbeiten. Wie auch in anderen Berufsfeldern können von ihnen Tätigkeiten verlangt werden, die nicht mit ihrer Gesinnung übereinstimmen. Im speziellen Fall von Bildjournalisten kann es auch vorkommen, dass Fotos im Nachhinein durch den Grafik Designer oder Art Direktor eines Mediums verändert werden. Somit ergibt sich die Verantwortung für journalistische Produkte nicht aus den Handlungen Einzelner, sondern man spricht hier von „korporativer Verantwortung“.⁷⁵

Entsprechend der Verantwortungsebenen werden in der integrativen Medienethik mehrere Unterbereiche unterschieden.⁷⁶ Im Folgenden werden kurz jene vier Theorierichtungen beschrieben, die im weiteren Sinn für diese Arbeit wichtig erscheinen. An dieser Stelle soll weiters darauf hingewiesen werden, dass bei der theoretischen und empirischen Untersuchung der komplette Online-Bereich respektive der Unterbereich der Internet- bzw. Netzethik ausgenommen wird, da er den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde.

3.2.1 Individualethik

Dieser Ansatz geht von der ethischen Kompetenz jedes einzelnen Journalisten bzw. Medienschaffenden aus und fordert neben der fachlichen Qualifikation auch eine berufsethische Fundierung. Ein moralisches Regelsystem und Orientierung im Berufsalltag soll der Einzelne in den Publizistischen Grundsätzen oder anderen journalistischen Kodizes finden, wobei diese oftmals sehr allgemein gehalten sind, sodass eine konkrete Umsetzung schwer fällt.⁷⁷

Maximilian Gottschlich ist skeptisch gegenüber der Benennung und Durchsetzung individualethischer Maßstäbe und bringt vier Hauptargumente vor: die Idealisierung der Berufswirklichkeit, die Verschleierung beruflicher Abhängigkeitsverhältnisse, das Problem ethischer Divergenz in einer pluralistischen Gesellschaft und die Probleme

⁷⁴ Ebenda.

⁷⁵ Vgl. ebenda, S. 45.

⁷⁶ Vgl. Funiok, 2007, S. 14.

⁷⁷ Vgl. Leifert, 2007, S. 156.

der Operationalisierbarkeit ethischer Normierungen. Allerdings relativiert er seine Aussage, indem er die Idealisierung der Berufswirklichkeit als Notwendigkeit zu ihrer Verbesserung betont. Denn erst die Erkenntnis einer möglichen Widersprüchlichkeit zwischen Handlungspraxis, wie sie ist und wie sie sein soll, kann zu einer Verbesserung führen.⁷⁸

3.2.2 Institutionsethik

Dieser Begriff nimmt nicht die Individualethik eines Journalisten ins Blickfeld, sondern betont die Verantwortung der Medienunternehmen, um den Journalisten angemessene Rahmenbedingungen einer sozialverantwortlichen Arbeit zu schaffen. Die Verantwortung und der normative Zweck eines Medienunternehmens gegenüber der Öffentlichkeit und sich selbst, manifestieren sich in Programmgrundsätzen und -richtlinien bei öffentlich-rechtlichen Medien einerseits - andererseits stehen auch Medien in privater Hand bei ökonomischen Entscheidungen stets normativen Annahmen über Nutzen und Gerechtigkeit gegenüber. Die Idee eines moralfreien Raumes ist Fiktion.⁷⁹

Zu beachten ist allerdings, dass Medien-Institutionen heute riesige Industrien sind, die in erster Linie gewinnorientiert handeln und damit eine eigene ökonomische Logik und eine eigene Moral entfalten. Die Institutionsethik verlangt die Zuweisung von Verantwortung auf mehreren Ebenen: von Medienschaffenden, Besitzern und Betreibern von Massenmedien sowie Mediennutzern, die soziale Mitverantwortung für das Medienangebot tragen. Diese Handlungsakteure sehen die Verantwortung der Medien jedoch in erster Linie als Verantwortung gegenüber dem Unternehmen, den Mitarbeitern und Aktionären. So kommt Siegfried Weischenberg zu dem Schluss, dass die heutigen Unternehmensziele und -strukturen der Medienbetriebe Moral- und Ethik-Postulate ins Leere laufen lassen.⁸⁰

3.2.3 Publikumsethik

Im Gegensatz zu einer Vorstellung, die den Mediennutzer als dem Medienangebot hilflos ausgesetzt beschreibt, geht die Publikumsethik von einer Verantwortung der

⁷⁸ Vgl. Weischenberg, Siegfried: Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation (= Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen). Opladen, 1992, S. 211.

⁷⁹ Vgl. Leifert, 2007, S. 156ff.

⁸⁰ Vgl. Leifert, 2007, S. 156ff; Vgl. Weischenberg, 1992, S. 213f; Vgl. Schicha, Christian: Medienethik und Medienqualität. Online unter:

http://www.schicha.net/fileadmin/user_upload/Texte/medienethik_und_medienqualitaet.pdf
[Stand: 30.03.2009].

Rezipienten aus. Eine bewusste, verantwortliche Nutzung schließt die Medienauswahl, Qualitätsbewusstsein, Aufmerksamkeit für die demokratische Rolle der politischen Medieninformation und die Möglichkeit von Feedbackprozessen ein. Ansätze dieser Richtung gehen davon aus, dass der mündige Zuschauer durch die Verweigerung moralisch fragwürdiger Programminhalte zu einer Qualitätsverbesserung beitragen kann.⁸¹

3.2.4 Professionsethik

Professionsethische Maßstäbe sollen dafür sorgen, dass das berufliche Verhalten im Kontext der Medienberichterstattung ethisch ist. Professions- oder Berufsethik meint den akzeptierten Verhaltenskodex in der Branche, der als ethische Richtschnur gilt.⁸² Wissentlich keine Unwahrheit, nicht einmal ein verzerrtes Bild der Wahrheit zu liefern ist ein Grundmerkmal, das in der journalistischen Berufsethik verankert ist.⁸³ Die von diesen Instanzen formulierten Ethikkodizes bedürfen aufgrund sich verändernder Kommunikationsbedingungen einer ständigen Adaptierung und Reflexion.

Den Bedarf einer Medienethik mit all ihren Unterbereichen, resümiert Michael Haller folgendermaßen:

„Journalismusetik lässt sich sinnvollerweise weder auf Organisationsnormen des Mediensystems, noch auf die Dimension persönlicher Gesinnung und Moral verkürzen; sie ist vielmehr der Sammelbegriff für Begründungen, die professionelle Handlungs- und Verfahrensweisen rechtfertigen, soweit und solange die Medienproduktion im Sinne der erörterten Funktionsnormen vonstatten gehen soll. (...) Die Frage nach Journalismusetik ist immer auch ein Hinweis auf den Graben, der zwischen erforderlichem und tatsächlichem Journalismus klafft – und diese Feststellung impliziert die Aufforderung, alles zu tun, um den Graben schmaler, zumindest nicht breiter werden zu lassen.“⁸⁴

Wie eben dargelegt wurde, spielt der Verantwortungsbegriff in der Medienethik eine zentrale Rolle. Allerdings ist an diesem Punkt anzumerken, dass der Fokus dieser

⁸¹ Vgl. Leifert, 2007, S.159; Vgl. Medienethik und Medienqualität. In: Zeitschrift für Kommunikationsökologie. Heft 2/2003, S. 44-53. Online unter: http://www.schicha.net/fileadmin/user_upload/Texte/medienethik_und_medienqualit_t.pdf [30.03.2009]

⁸² Vgl. Sachsse, Rolf: Bildjournalismus heute. Beruf, Ausbildung, Praxis. München 2003, S. 41.

⁸³ Vgl. Washietl, Engelbert: Ethik und Verantwortung im Journalismus. In: Pürer, Heinz/ Rahofer, Meinrad/ Reitan, Claus (Hrsg.): Praktischer Journalismus. Presse, Radio, Fernsehen, Online. Konstanz 2004, S. 326.

⁸⁴ Haller, Michael: Die Journalisten und der Ethikbedarf. In: Haller/ Holzhey, 1992, S.210.

Arbeit nicht darauf liegt konkrete Verantwortlichkeiten bei unethischen Handlungsweisen festzumachen. Vielmehr geht es darum, dass ein ethisches Bewusstsein im Mediensystem auf allen vier Ebenen gewahrt sein muss. Wie im oben stehenden Kapitel verdeutlicht, ist die Veröffentlichung von Fernseh-, Hörfunk- und Print-Beiträgen meist ein Konglomerat, das im Zusammenwirken vieler einzelner Individuen entsteht. Sehr wohl aber stellt sich die Frage, inwiefern ein Regulationsbedarf speziell in Bezug auf Bildmanipulationen in den Medien herrscht und inwiefern ein Reglement für die Handelnden in der Medienbranche, aber auch für das Publikum sinnvoll ist.

3.3 Vorwärts, zu den Bildern zurück: Vom Bilderverbot zu Iconic Turn und Bildethik

„Wer schnellen und bleibenden Eindruck machen will, bedient sich der Bilder.“

Otto Neurath 1933

Als interdisziplinäres Fach sind im Rahmen dieser Arbeit für die Bildethik nicht nur die philosophischen Grundlagen der Ethik von Relevanz, sondern ebenso die Entwicklung der heutigen Bildwissenschaft. Im folgenden Abschnitt wird dargelegt, wie es von einem anfänglichen Bilderverbot zu einem Aufschwung des Bildes in der Wissenschaft bis zur Herausbildung einer Bildwissenschaft und einer eigenen – so genannten – Bildethik als Teildisziplin der Medienethik kam.

Seit über einem Jahrhundert bestimmen Bilder die mediale Öffentlichkeit mit. Es scheint sogar die Regel zu gelten, dass ein Ereignis erst dann wirklich passiert ist, wenn es in irgendeiner Form bildliche Dokumentationen darüber gibt.⁸⁵

„mediale Ereignisse folgen einem Imperativ der Sichtbarkeit.“⁸⁶

Das führt wiederum zu der Annahme, dass trotz wiederkehrender Irreführungen durch Bildfälschungen, Bildmanipulationen und Inszenierungen von medialen Beiträgen an Medienbildern, immer noch ein beinahe unerschütterlicher,

⁸⁵ Vgl. Hartmann, Frank: Mediologie. Ansätze einer Medientheorie der Kulturwissenschaften. Wien 2003, S. 49.

⁸⁶ Ebenda, S.49.

dokumentarischer Charakter anhaftet, in den die Rezipienten vertrauen.⁸⁷ Zweifellos ist festzustellen, dass nach Jahrhunderten der Herrschaft der Schrift, gegenwärtig das Bild zum neuen Leitmedium geworden ist. Das Bildermachen ist zu einer zentralen Geste in unserer Kultur geworden - was Kultur ist, wird weitgehend über den jeweiligen Bilderraum definiert.⁸⁸ Beispiele aus der jüngsten Vergangenheit verdeutlichen, dass in erster Linie jene Details eines Ereignisses zur Nachricht werden und im Gedächtnis bleiben, von denen es auch Bildmaterial gibt. Der Terroranschlag auf die Zwillingstürme des World Trade Centers in Manhattan am 11. September 2001 ist etwa so ein Beispiel, von dem die Welt mittels einer Bilderflut erfuhr, die praktisch in Echtzeit vermittelt wurde. Das Ereignis ist untrennbar mit den beiden einstürzenden Türmen verbunden. Die aus Angst in die Tiefe springenden Menschen haben sich in das Gedächtnis der Weltbevölkerung gebrannt. Aber auch andere, vergleichbare Geschehnisse wie der Concorde-Absturz 2000 oder die Wasserlandung eines Airbus am Hudson River in New York im Jänner 2009 wurden in Bildern festgehalten und mit kaum einer Verzögerung der Welt präsentiert. Die Bandbreite an Ereignissen, von denen anschließend Bilder in Echtzeit einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden, beschränkt sich nicht nur auf medial wirksame Geschehnisse wie die oben genannten. Darüber hinaus sind selbst peinliche Auftritte in Talkshows, Konzertmitschnitte – Live-Auftritte und Ereignisse jeglicher Art – innerhalb kürzester Zeit im Internet als Fotostrecke oder Real-Video abrufbar. Seit Abraham Zapruder 1963 zufällig die Ermordung John F. Kennedys gefilmt hat, sind zahlreiche Hobbyfotografen und -filmer immer vor Ort. Apparate, welche die Welt in Bildern festhalten, sind allgegenwärtig.⁸⁹

3.3.1 Bildkultur versus Schriftkultur

Schon früh in der menschlichen Kulturgeschichte stand das Bild in einem Spannungsverhältnis zur Schriftkultur und zum begrifflichen Denken. Die Gründe für die Marginalisierung des ikonischen Diskurses in den Wissenschaften liegen in einem bestimmten Sprachverständnis. Schon das wohl älteste bildtheoretische

⁸⁷ Vgl. Fall Michael Born, der Anfang der 90er Jahre 16 spektakuläre, jedoch mit Hilfe von Schauspielern inszenierte, Beiträge an verschiedene TV-Magazine verkaufte.

⁸⁸ Vgl. Hartmann, Frank/Bauer, Erwin K.: Bildersprache. Otto Neurath Visualisierungen. Wien ²2006, S. 16.

⁸⁹ Vgl. Hartmann, 2003, S. 49f.

Dokument – der im Buch Exodus des Alten Testaments formulierte Dekalog – artikulierte eine ausgesprochene Bilderfeindlichkeit:⁹⁰

„Du sollst dir kein Gottesbild machen und keine Darstellung von irgend etwas am Himmel droben, auf der Erde unten oder im Wasser unter der Erde.“⁹¹

Die Bewahrer und Verfechter der Schriftkultur sahen im Bild einen feindlichen Ausdruck und vertraten die Meinung:⁹²

„Was immer das Bild leistet oder nicht leistet und was es allenfalls besagen könnte, ist zuverlässig nur einem bestimmten Gebrauch der Sprache zu entnehmen.“⁹³

Dieser Platonismus impliziert ein generelles Misstrauen gegenüber Bildern. So vertrat Platon die Meinung, dass jede Form der Visualisierung nur eine Nachahmung der Idee und damit des Wesentlichen sein kann. Für Platon besitzt nur die Idee Wirklichkeit und Wahrheit, während er im Werk oder der Malerei eine bloße Erscheinung sieht, die wiederum eine Scheinwirklichkeit vermittelt.⁹⁴

Im Mittelalter entdeckte das Christentum das Bild für sich und die bildliche Vermittlung religiöser Inhalte nahm zu, denn mit dem Bild Christi erhielt die Undarstellbarkeit Gottes eine sichtbare Repräsentation. Neben den Kanon von Texten kamen Bilder mehr und mehr als „Heilsvermittlungsinstrument“ hinzu. Wandfresken, Bodenmosaiken, Ikonen und später auch Tafelbilder und Buchmalereien führten im ausgehenden Frühmittelalter zu einer regelrechten Überwucherung der heiligen Texte durch Schmuck und Bilder. Diese Aufmerksamkeit gegenüber der Visualisierung reichte bis in die Neuzeit hinein, in der sich der Stadtadel des Bürgertums mit Schmuckbildern und Portraits selbst bekrönte. So erlebten diese Bilder im Zeitalter der Renaissance im Italien des 15. Jahrhunderts sowie später im auf die Malerei bezogenen „goldenen Zeitalter“ der Niederlande des 17. Jahrhunderts ihren Höhepunkt.⁹⁵

Das Bild wurde den Katholiken zum mächtigsten Übermittlungsapparat mit einer Verführungskraft, vor der noch die Aufklärer warnten. Bilder zerstreuen und lenken nach traditioneller Vorstellung vom Wesentlichen ab. Sie dienen der Anschauung, taugen aber nicht zur Erkenntnis. In diesem Sinne sprach sich der Philosoph

⁹⁰ Vgl. Maar, Christa/ Burda, Hubert (Hrsg.): Iconic Turn. Die neue Macht der Bilder. Köln 2004, S. 33f.

⁹¹ Wiegerling, 1998, S. 93.

⁹² Vgl. Maar/ Burda, 2004, S. 34.

⁹³ Maar/ Burda, 2004, S.34;

⁹⁴ Vgl. Müller, Marion G.: Grundlagen der visuellen Kommunikation. Theorieansätze und Analysemethoden. Konstanz 2003, S. 124.

⁹⁵ Vgl. Kerlen, Dietrich: Einführung in die Medienkunde. Stuttgart 2003, S. 76ff.

Immanuel Kant gegen Ende des 18. Jahrhunderts für die Wiederaufhebung des alttestamentarischen Bilderverbots aus. Jener Zeit ist es gelungen Bilder endgültig ins kulturelle Abseits zu drängen und alle Erfahrung auf die schriftliche, gedruckte Fassung zu beschränken.⁹⁶ Bilder begrenzen die Einbildungskraft, so konstatierte Kant in seiner Kritik der Urteilskraft (1790):⁹⁷

„(...) denn nun die Sinne nichts mehr vor sich sehen, und die unverkennliche und unauslöschliche Idee der Sittlichkeit dennoch übrig bleibt, würde es eher nötig sein, den Schwung einer unbegrenzten Einbildungskraft zu mäßigen, um ihn nicht bis zum Enthusiasm steigen zu lassen, als, aus Furcht vor Kraftlosigkeit dieser Ideen, für sie in Bildern und kindischem Apparat Hilfe zu suchen. Daher haben auch Regierungen gerne erlaubt, die Religion mit dem letzten Zubehör reichlich versorgen zu lassen, und so dem Untertan die Mühe, zugleich aber auch das Vermögen zu benehmen gesucht, seine Seelenkräfte über die Schranken auszudehnen, die man ihm willkürlich setzen, und wodurch man ihn, als bloß passiv, leichter behandeln kann.“⁹⁸

So war das Aufklärungszeitalter von einer Diktatur des Typographischen geprägt, die sich auch mit der allgemeinen Alphabetisierung an der Wende zum 19. Jahrhundert fortsetzte.⁹⁹

Wo es Bilder gibt, da sind die Bilderstürmer nicht weit, stellte Frank Hartmann in seinem Beitrag „Iconic Turn“ fest, und verweist neben einer „bildasketischen Tendenz“ zu dieser Zeit auch auf eine „Überhöhung von *Literacy*“, wodurch auch durch den Akademismus der literalen Kultur der Glaube genährt wird, dass eine wahre Kultur ausschließlich an Schriftliches gebunden sei.¹⁰⁰

3.3.2 Redefinition von Sichtbarkeit

„In Form von Fotografien wurde die Welt neu entdeckt, eine spezifische Form von Sichtbarkeit wurde zum neuen Paradigma.“

Frank Hartmann, 2008

Während die idealistische Philosophie im frühen 19. Jahrhundert textlich orientiert war, beginnt die Naturwissenschaft mit der Integration neuer Darstellungsmethoden und mit der Visualisierung quantitativer Informationen.¹⁰¹ Damit ging am Anfang des

⁹⁶ Vgl. Hartmann/ Bauer, 2006, S. 17f.

⁹⁷ Vgl. ebenda, S. 18.

⁹⁸ Kant, Immanuel: Kritik der Urteilskraft. 1790, zit. nach: Hartmann/Bauer, 2006, S. 18f.

⁹⁹ Ebenda.

¹⁰⁰ Vgl. Hartmann, 2003, S. 67.

¹⁰¹ Vgl. ebenda, S. 54.

19. Jahrhunderts eine „Modernisierung des Sehens“¹⁰² einher, wie Jonathan Crary in seinem gleichnamigen Aufsatz erklärt. Darin beschreibt er im Wesentlichen den Zusammenbruch des Camera-obscura-Modell des Sehens, der mit der Entwicklung der Daguerrotypie (1839) sowie durch die Forschungen in der Physiologie begründet wird. Die Camera obscura war in erster Linie ein Apparat, der den (monokularen) Zugang zu einer objektiven Wahrheit über die Welt ermöglichte und deren Authentizität jeden Zweifels erhaben war. Dieses Paradigma musste allerdings im frühen 19. Jahrhundert anderen Modellen des menschlichen Sehens Platz machen. So wurde zu dieser Zeit der menschliche Körper als Begriff in die Diskurse und Praktiken des Sehens eingeführt. Die Zentralität des Körpers und ein neues Bild des produktiven Betrachters kommen erstmals in Goethes Farbenlehre zum Ausdruck und ungefähr zur selben Zeit entdeckten auch Naturwissenschaftler die visionären Fähigkeiten des Körpers. Mit der Erforschung des Netzhaut-Nachbildes ging es nicht mehr nur um die Frage, wie man weiß, was real ist, sondern auch um neue Formen des Realen, einer neuen Wahrheit, die über die Fähigkeiten des menschlichen Subjekts zum Ausdruck kam.¹⁰³

Diese neue Visualität sorgt im 19. Jahrhundert für eine Redefinition von Sichtbarkeit.¹⁰⁴

„Bilder wandeln sich, vom Ausdruck des Imaginären, wie noch in der klassischen Malerei, zum Produkt einer technischen Geste, die nicht länger expressiv ist.“¹⁰⁵

An die Stelle der subjektiven Pinselführung in der Malerei tritt das Bildermachen mittels Apparat, dessen Bilder ganz ohne direktes Zutun des Menschen eine Spur der Wirklichkeit darstellen würden.¹⁰⁶ Das neue visuelle Medium Fotografie wurde gefeiert, so schien es doch der Welt das zurück zu geben, was ihr seit Kants Auffassung von der Subjektivität der Wahrnehmung abhanden gekommen schien: der Eindruck der Objektivität und des Realismus.¹⁰⁷

Mit der fortschreitenden Entwicklung der Fotografie im Laufe des 19. Jahrhunderts und durch die fotografische Momentaufnahme können bisher wissenschaftlich

¹⁰² Vgl. Crary, Jonathan: Die Modernisierung des Sehens. In: Wolf, Herta (Hrsg.): Paradigma Fotografie. Fotokritik am Ende des fotografischen Zeitalters. Frankfurt a. M. 2002.

¹⁰³ Vgl. Crary, 2002, S. 67ff.

¹⁰⁴ Vgl. Hartmann, 2003, S. 54.

¹⁰⁵ Ebenda.

¹⁰⁶ Vgl. ebenda; Vgl. Hartmann, Frank: Iconic Turn – Ende der Schriftkultur/Kultur ohne Schrift? 2003, Online unter: <http://www.medienphilosophie.net/texte/iconicturn.html> [Stand: 15.04.2009];

¹⁰⁷ Vgl. Regener, Ursula: Bild und Schrift – „Bilderschrift“ – Hypertext. Zu einem historischen Spannungsverhältnis. In: Schöttker, Detlev (Hrsg.): Mediengebrauch und Erfahrungswandel. Göttingen 2003, S. 104.

abstrakte Prozesse sichtbar gemacht werden. Die Apparate erlaubten den Wissenschaftlern die Wirklichkeit neu zu durchdringen. Diese Kamerawahrnehmung ist wiederum Bedingung für ein neues Wirklichkeitsbild, dass aufgrund des Eigensinns des Apparats technisch umdefiniert, was als „natürlich“ gilt. Der fotografische Film sei „die wahre Retina des Wissenschaftlers“ geworden - mit diesem geflügelten Begriff ging der Astronom Jules Janssen 1888 in die Geschichte ein. So behaupteten sich technische Bilder mühelos neben der Schrift und waren ihr vor allem bei der Darstellung komplexer Sachverhalte voraus.¹⁰⁸ Vor allem aber machte die Fotografie für das Auge bisher Unsichtbares sichtbar, ob es sich um galoppierende Pferde handelte (Eadweard Muybridge, 1878) oder um ein fliegendes Projektil (Ernst Mach, 1886). Während der mit typografischen Mitteln geschaffene publizistische Bezugsrahmen bereits für eine Vereinheitlichung der westlichen Wahrnehmungskultur sorgte, synthetisierte die Fotografie die Wahrnehmung mit neuen Sichtbarkeiten.¹⁰⁹

Walter Benjamin prägte in diesem Zusammenhang den Begriff des „Optisch Unbewussten“. Er behauptete es spreche eine andere Natur zur Kamera als zum Auge, sodass an die Stelle eines vom Menschen mit Bewusstsein durchwirkten Raumes, ein unbewusst durchwirkter tritt. Nach Meinung Benjamins erweitert die apparative Technik die menschlichen Sehfähigkeiten.¹¹⁰

3.3.3 Linguistic, Pictorial und Iconic Turn

In Abgrenzung zum vom Philosoph Richard Rorty geprägten Begriff des „Linguistic Turn“, bezeichnet der gegenwärtig so genannte „Iconic Turn“ das wieder erwachte Interesse der Humanwissenschaften am Forschungsobjekt Bild. Horst Bredekamp begründet den Iconic Turn in seiner Einleitung des Sammelbandes „Iconic Turn – Die neue Macht der Bilder“ zur gleichnamigen Vorlesungsreihe der Burda Akademie¹¹¹ folgendermaßen:¹¹²

¹⁰⁸ Vgl. Hartmann, 2003, S. 55f.

¹⁰⁹ Vgl. Hartmann, Frank: Multimedia. Wien 2008, S. 38f.

¹¹⁰ Vgl. Löffler, Petra: Bilderindustrie: Die Fotografie als Massenmedium. In: Kümmel, Albert/Scholz, Leander/Schumacher, Eckhard: Einführung in die Geschichte der Medien. Paderborn 2004, S. 109.

¹¹¹ Die Texte des Sammelbandes basieren auf Vorträgen der Vorlesungsreihe „Iconic Turn – Das Neue Bild der Welt“, die von der Burda Akademie zum Dritten Jahrtausend in Kooperation mit dem Humanwissenschaftlichen Zentrum der Ludwig-Maximilians-Universität München 2002 und 2003 veranstaltet wurde.

¹¹² Maar/ Burda, 2006, S. 15ff.

„ständig wachsende ‚Flut der Bilder‘, deren dumpfe Hinnahme bereits 1974 beklagt wurde, (...) und um die Analysierbarkeit der Bilder in das Zentrum einer kritischen Philosophie der Gegenwart zu rücken.“¹¹³

Frank Hartmann wiederum betont, dass dieses Interesse weniger der allseits behaupteten Bilderflut geschuldet ist, als jenen historischen Prämissen, die die optischen Medien in der Handhabung des Symbolischen neuartig vorgeben.¹¹⁴

„Seit die audiovisuelle Medialität Teil der Alltagskommunikation geworden ist, tritt das technisch neu konstruierte Bild der Welt (...) neben den Anspruch, die Welt als Text zu repräsentieren.“¹¹⁵

Die kulturelle Verschiebung vom Text zum Bild hat 1992 der amerikanische Kunsthistoriker W.T.J. Mitchell wieder aufgegriffen und unter dem Begriff des „Pictorial Turn“ versucht Erwin Panofsky's Ikonologie zu aktualisieren. Er sieht die Angst, das Bedürfnis die Sprache gegenüber dem Visuellen verteidigen zu müssen, als sicheres Zeichen dafür, dass ein Pictorial Turn stattfindet. Die ersten Spuren einer Wende in Europa macht er in den Untersuchungen der Phänomenologie über die Einbildungskraft und die visuelle Erfahrung aus. Einen Turn vom Sagbaren zum Sichtbaren sieht er auch in der Semiotik von Charles Sanders Peirce, bei Ludwig Wittgensteins Abbildtheorie sowie im grammatologischen Ansatz von Jacques Derrida.¹¹⁶ Auf eine Hinwendung zum materiellen Aspekt der Bildlichkeit in der Phänomenologie weist auch Marion G. Müller hin.¹¹⁷

Mitchell propagiert - analog zur auf unterschiedlichen Ebenen zu beobachtenden Hinwendung zum Bild - eine entsprechende wissenschaftliche Theorie vom Bild. Dabei betont er die Notwendigkeit eines Modells, das kritische Kompetenz anstatt an der Textualität am Prinzip der Bildlichkeit festmacht:¹¹⁸

„Er [Der Pictorial Turn, Anm. d. V.] ist eher eine postlinguistische, postsemiotische Wiederentdeckung des Bildes als komplexes Wechselspiel von Visualität, Apparat, Institutionen, Diskurs, Körpern und Figurativität.“¹¹⁹

Berechtigte Kritik bringt Hartmann ein, wenn er auf die im Deutschen schwer nachvollziehbare Unterscheidung zwischen *picture* und *image* hinweist. So ist der

¹¹³ Vgl. Maar/Burda, 2004, S.20.

¹¹⁴ Vgl. Hartmann, 2003, S. 59.

¹¹⁵ Ebenda, S. 59f.

¹¹⁶ Vgl. Mitchell, W.J.T.: Bildtheorie. Frankfurt a. M., 2008, S. 102f.

¹¹⁷ Vgl. Müller, 2003, S. 133.

¹¹⁸ Vgl. Mitchell, 2008, S. 108f.

¹¹⁹ Ebenda, S.108.

Pictorial Turn näher an einem „Medial Turn“ anzusiedeln, da Bilder im materialen Sinn oder Bilder terminologisch mit Medien gleichgesetzt werden können.¹²⁰

Gleich wie die gegenwärtige Konjunktur der Bilder bezeichnet wird, ob als „Picture Theory“ (William T. J. Mitchell), „histoire du regard“ (Regis Debray), als „Bildanthropologie“ (Hans Belting), „Bildlichkeit“ (Manfred Fassler) oder ob die Analyse der „Techniken des Betrachters“ (Jonathan Crary) bis zur „Philosophie der technischen Bilder“ (Vilém Flusser) im Mittelpunkt stehen, sie alle thematisieren einen kulturellen Trend, der nun von zahlreichen Forschungsrichtungen aufgegriffen wird.¹²¹

Als Forschungsgegenstand der Medienethik wird Medienbildern erst relativ spät Rechnung getragen, was nicht bedeutet, dass sich Philosophen und Medientheoretiker nicht schon viel früher damit beschäftigt hätten, wie das Bild das Handeln des Menschen beeinflusst. Eine Zusammenfassung erster medientheoretischer Annäherungen – bei der auch das Bild eine zentrale Rolle spielt – an die medienethische Grundfrage wie das Medium das Verhalten des Menschen beeinflusst, gibt 1998 Klaus Wieglerling in seinem Werk „Medienethik“.¹²²

3.3.4 Bilderstatus in den modernen Informationstechnologien

Im Folgenden werden zwei Positionen vorgestellt, die den Status der Bilder in den modernen Informationstechnologien reflektieren. Diese Überlegungen sind für die Arbeit insofern von wesentlicher Bedeutung, als dass sie die Entwicklung von der analogen zur digitalen Technik berücksichtigen und damit die bekannten Fragen nach dem Wirklichkeitsgehalt von Bildern, dem Verantwortungsbegriff und dem „neuen“ Problem der Geschwindigkeit aus aktueller Perspektive betrachten.

Vilém Flusser geht von der Hypothese aus, dass die menschliche Kultur zwei grundsätzliche Einschnitte erfahren hat: die Erfindung der linearen Schrift einerseits und die Erfindung der technischen Bilder andererseits. Flusser versteht Bilder als Vermittler, die dem Menschen die Welt vorstellbar machen sollen. Sobald sie das jedoch tun, stellen sie sich zwischen die Welt und den Menschen und verstellen sie, sodass der Mensch schließlich in Funktion der von ihm produzierten Bilder zu leben

¹²⁰ Vgl. Hartmann, 2003, S.60f.

¹²¹ Vgl. Hartmann, Frank: Iconic Turn – Ende der Schriftkultur/Kultur ohne Schrift? 2003, Online unter: <http://www.medienphilosophie.net/texte/iconicturn.html> [Stand: 15.04.2009];

¹²² Vg. Wieglerling, 1998.

beginnt.¹²³ Bilder - und hier sei von technisch erzeugten Bildern wie Fotografien gesprochen - sind Begriffe bedeutende Oberflächen, Informationsträger, an denen die Information mehr wert ist als das Objekt. Das ist der Grund, warum die Fotografie nicht mit der Digitalisierung verschwand, sondern die Präsentation von Informationen stattdessen auf neue Oberflächen (Interfaces) - auf Rasterbildschirme - übergegangen ist.¹²⁴ Prägend für unsere Auffassung von Bildern ist ihr apparatischer Status, der darüber hinaus zu einer Modernisierung unserer Wahrnehmung beigetragen hat. Wir können Höhlenzeichnungen oder Gemälde der Florentiner Renaissance nicht mehr in der gleichen Weise wahrnehmen, wie zur Zeit ihrer Herstellung, da sich die Bildercodes fundamental unterscheiden. Heute betrachten wir Bilder durch die Brille einer bestimmten apparativen Formung. Allerdings haftet diesen so genannten „technischen Bildern“, deren Information mittels reflektierter Sonnenstrahlen und optischer, chemischer sowie mechanischer Vorrichtungen auf empfindlichen Oberflächen festgehalten wurde, ein scheinbar unsymbolischer, objektiver Charakter an. Der grundsätzlich problematische Zugang hierbei ist, den Apparat als Vermittler von Wirklichkeit zu betrachten, und nicht als Vermittler von Bildern.¹²⁵ Zur Funktion von Bildern als historische Quelle und ihrem damit verbundenen Realitätsgehalt wird an anderer Stelle noch genauer eingegangen (siehe Kapitel 4.2).

Für das Unbehagen an der viel zitierten Bilderflut führt Vilém Flusser drei Gründe an. Er meint erstens, wir stünden den Bildern verantwortungslos, jeder Antwort unfähig, gegenüber. Zweitens wirft er der heutigen Informationsgesellschaft vor zu verdummen und allen menschlichen Kontakt zu verlieren und drittens stellt er fest, dass wir die meisten Erfahrungen und Erlebnisse, Urteile und Entscheidungen den Bildern zu verdanken haben, demnach also existentiell von Bildern abhängig zu sein scheinen.¹²⁶ Die Ursache und gleichzeitig die Lösung sieht Flusser in der Kommunikationsstruktur. Erst durch Vernetzung, wenn jeder Empfänger zugleich Sender sein würde und dadurch Feedbackprozesse möglich wären, sieht er den Wirklichkeitsgehalt der Bilder ständig hinterfragt. Eine verantwortliche Gesellschaft, oder wie Flusser sie bezeichnet „telematische Informationsgesellschaft“, ist nur durch eine neue Art der Vernetzung möglich. Er setzt die Möglichkeit auf Bilder antworten zu können mit der Möglichkeit Verantwortung zu übernehmen gleich.¹²⁷

¹²³ Vgl. Flusser, Vilém: Für eine Philosophie der Fotografie (= Edition Flusser, Bd. 3, Hg. Von Andreas Müller-Pohle, Göttingen 1999). Göttingen 1983, S. 9.

¹²⁴ Vgl. Flusser, 1983, S. 10ff; Vgl. Hartmann, Frank: Produzieren und Prozessieren von Bildern. 2006, Online unter: <http://www.medienphilosophie.net/texte/fotografie.html> [Stand: 15.04.2009];.

¹²⁵ Vgl. Flusser, 1983, S. 13f.

¹²⁶ Vgl. Wieglering, 1998, S. 106.

¹²⁷ Vg. Ebenda, S. 106f.

Der Apparat bzw. die Automaten, denen sich die Menschen überantworten, sind auch in der Medientheorie Paul Virilios (geb. 1932) ein zentrales Thema. Die entscheidende menschheitsgeschichtliche Zäsur sieht er im Übergang von der Veränderung der (visuellen) Wahrnehmung aus geometrischer Perspektive (Optik) mit festem Standpunkt zu einer Epoche der Flucht aller Punkte (Bildpunkte, Bits), einer Perspektive der Echtzeit. Er geht von der Annahme aus, dass jedem Medium eine bestimmte Geschwindigkeit immanent ist bzw. jedes Medium eine bestimmte Wahrnehmung von Geschwindigkeit produziert. Anhand der Bildmedien zeigt Virilio auf, wie unsere unmittelbare Wahrnehmung durch Beschleunigungsprozesse zum Verschwinden gebracht wird.¹²⁸ Dies beinhaltet das Verschwinden unmittelbarer Erfahrungen einerseits, da sich uns die Welt immer mehr über Bilder erschließt und erfahrbar wird. Andererseits deutet Virilios Feststellung auf den Übergang von einer analogen zu einer zunehmend digitalen bzw. virtuellen Bilderwelt hin. Auch weist er indirekt darauf hin, dass sich durch die Fotografie eine Bildwelt erschließt, die sonst außerhalb der Reichweite der menschlichen, visuellen Wahrnehmung liegt. In Zusammenhang mit virtuellen Darstellungen bezeichnet Paul Virilio den Begriff des Bildes als leeres Wort, denn das optisch-elektronische Bild ist für den Computer nur eine Reihe von codierten Impulsen. Sie liefert keine Bilder, sondern nur eine Interpretation von Bilddaten.¹²⁹

Aus diesen Theorien zum aktuellen Bilderstatus ergeben sich konkrete ethische Probleme. Zum einen können virtuelle bzw. infographische Bilder zu einem Verlust der unmittelbaren Welterfahrung führen und wer den Bezug zur Welt verliert, verliert auch den Nächsten aus dem Blick. Inmitten der Bilderflut kann es zu einer „Entsinnlichung“ der Welterfahrung kommen. Mit Entsinnlichung ist hier die Entwertung von Lernerfahrungen, die Annahme informeller Bilder als Modell der Wirklichkeit sowie die Entindividualisierung gemeint,¹³⁰ Weiters entziehen sich technische – in erster Linie virtuelle – Bilder immer mehr der menschlichen Kontrolle. Darüber hinaus führt Klaus Wiegler an, dass wir aufgrund des Verlustes außermedialer Bezüge auf Bilder nur noch ästhetisch, jedoch nicht mehr ethisch reagieren. Daraus lässt sich schließen, dass Bilder tendenziell ihre Kraft zu emotionalisieren verlieren, Bildinhalte gehen uns nichts mehr an, wir sind letztlich moralisch nicht mehr gefordert.¹³¹

¹²⁸ Vgl. Kloock, Daniela/ Spahr, Angela: Medientheorien. Eine Einführung. München 2000, S. 134ff.

¹²⁹ Vgl. ebenda.

¹³⁰ Vgl. Wiegler, 1998, S. 112f.

¹³¹ Vgl. ebenda.

3.3.5 Bildethik im digitalen Zeitalter als offenes Kapitel

Obwohl, wie im vorangegangenen Kapitel dargelegt, digitale bzw. virtuelle Bilder bereits Mitte bis Ende des 20. Jahrhunderts Gegenstand medientheoretischer Überlegungen waren, welche auch ethische Dimensionen berücksichtigten, etablierte sich eine Bildethik im deutschsprachigen Raum erst in jüngster Zeit. Wobei der Begriff der Bildethik in der deutschsprachigen medienethischen Literatur noch nicht sehr gebräuchlich ist.¹³²

So widmeten 2006 die DGPK-Fachgruppen (Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft) Kommunikations- und Medienethik und Visuelle Kommunikation sowie das Netzwerk Medienethik erstmals ihre Jahrestagung diesem Thema.¹³³ Rüdiger Funiok berücksichtigt Ethik im Bildjournalismus 2007 in seinem Werk „Medienethik“¹³⁴ und Stefan Leifert veröffentlichte ebenso 2007 die erste Publikation im deutschsprachigen Raum mit dem Titel „Bildethik. Theorie und Praxis im Bildjournalismus der Massenmedien“¹³⁵. In der Praxis sind ethische Richtlinien nach wie vor zum größten Teil auf textliche Medienprodukte beschränkt. In Amerika gibt es bereits seit 1990 einen eigenen, von der NPPA (National Press Photographers Association) verabschiedeten Code of Ethics. Ziel der folgenden Kapitel ist es, einen Überblick über die gestiegenen Bildmanipulationsmöglichkeiten im digitalen Zeitalter zu geben, ihre ethischen Auswirkungen im deutschen Sprachraum aufzuzeigen und die Notwendigkeit ethischer Richtlinien für Fotojournalisten zu diskutieren. In Kapitel 4 wird ein Einblick in die Pressefotografie von ihrem Wandel vom analogen zum digitalen Zeitalter gegeben. Es soll aufgezeigt werden, wie das Pressefoto zu seinem Verständnis als Beweismittel und so zu seiner zugesprochenen dokumentarischen Qualität gekommen ist. Weiters kommt dem Fotojournalisten, seiner Arbeitsweise und Berufsethik, eine zentrale Rolle zu, was Thema des folgenden Kapitels ist.

¹³² Leifert, 2007, S. 148.

¹³³ Vgl. Zfkm – Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik. 8. Jg., Heft 1.

¹³⁴ Vgl. Funiok, 2007, S. 136-138.

¹³⁵ Vgl. Leifert, 2007.

„Nicht der Schrift-, sondern der Photographieunkundige wird, so hat man gesagt, der Analphabet der Zukunft sein. Aber muß nicht weniger als ein Analphabet ein Photograph gelten, der seine eigenen Bilder nicht lesen kann?“

Walter Benjamin, 1977

4 Fotojournalismus im Wandel zum digitalen Zeitalter

Der Übergang vom analogen zum digitalen Zeitalter hat nicht nur die Fotografie selbst verändert, sondern auch wesentlich die Arbeitsweisen derer, die sie tagtäglich nutzen, nämlich die Pressefotografen. Ob das wirklichkeitsgetreue Abbild, das der Fotoapparat lieferte, sicherte sich die Fotografie relativ schnell ihren Status als authentische und glaubwürdige Bilder produzierende Technik. Analog zu dieser Auffassung wurden auch Pressefotos eine hohe Authentizität beigemessen. Dabei ist das Verhältnis zwischen der Fotografie und der Realität seit jeher ein schwieriges. Um die Entwicklung eines Berufsstandes, das Verhältnis zwischen Fotografie und Wirklichkeit sowie den zentralen Begriff der Authentizität in der Pressefotografie dreht sich der folgende Abschnitt.

4.1 Der Weg der Fotografie in die Medien

Im Laufe ihrer nunmehr 170-jährigen Geschichte hat sich die Fotografie als „universelle Weltsprache“ entwickelt, die modernen Massenmedien wie Fernsehen, Film und Video, aber auch den illustrierten Fach- und Publikumsmedien den Weg geebnet hat. Seit Louis Jacques Mandé Daguerre – er wird oftmals als Erfinder der Fotografie gehandelt, obwohl er im Wesentlichen die Forschungen des französischen Adligen Nicéphore Niépce fortsetzte und das von Niépce entwickelte Verfahren mittels einer Silberplatte umsetzte – am 19. August 1839 das „Daguerreotyp“ der Académie des Sciences vorstellte und sie als Geschenk an die Menschheit übergab, wurde sie aufgrund ihres apparativ erzeugten Realismus seit jeher gleichermaßen gelobt und kritisiert. Der größte Nachteil der Daguerreotypie war, dass die auf diese Weise hergestellten Fotos nicht kopiert werden konnten – jedes Foto war ein Unikat. Nach Niépce und den Verwendern der Daguerreotypie

waren es jene zahllosen Erfinder wie der Engländer William Henry Fox Talbot – er erfand die Talbotypie, die erstmals die Reproduktion von Fotos ermöglichte – die die Fotografie zu dem gemacht haben, was sie heute ist und damit den Grundstein für die Pressefotografie gelegt haben. Die illustrierte Massenpresse begann von den USA aus ihren weltweiten Siegeszug.¹³⁶

So erschien im März 1880 im New Yorker „Daily Graphic“ erstmals ein gedrucktes Foto. Bis zur ersten Zeitung, in der Illustrationen ausschließlich mittels Fotografien umgesetzt wurden, sollte es beinahe ein weiteres Vierteljahrhundert dauern, bis schließlich die englische „Daily Mirror“ publiziert wurde. Ihrem Beispiel folgten 1919 die „Illustrated Daily News“ in New York und 1922 die „New York Times“ mit dem Foto eines Zeppelins auf der Titelseite. Wochen- und Monatszeitschriften machten sich die Fotografie schon früher zunutze, denn sie hatten den Vorteil der längeren Produktionszeit. Die Fotografie war letztlich das ideale Medium, um das massenhafte Bedürfnis nach Wirklichkeitswiedergabe im 19. Jahrhundert zu stillen. Alexander von Humboldt schwärmte in einem Brief an die Herzogin von Anhalt-Dessau vom 7. Januar 1839, ob der unnachahmlichen Treue mit der die neue Technik die Gegenstände präsentiere.¹³⁷

Das aktuelle Pressefoto war Anfang des 20. Jahrhunderts eine Innovation, die die Sehweisen der Massen veränderte. Es wurde als „Fenster zur Welt“ gesehen, war aber auch Instrument der Propaganda und Manipulation. So stellte Gisèle Freund fest:¹³⁸

„Die Bilderwelt wird entsprechend den Interessen jener gestaltet, die die Presse besitzen: die Industrie, das Finanzkapital, die Regierungen.“¹³⁹

Gleichzeitig leitete die Fotografie das Zeitalter der visuellen Kommunikation ein. Je aktueller das Pressefoto ein Ereignis wiedergab, desto wertvoller wurde es, denn es machte den Menschen Geschehenes beinahe unmittelbar vorstellbar. Dieses Umdenken im Bildjournalismus fasste Emil Dovifat in folgende Worte:¹⁴⁰

¹³⁶ Vgl. Macias, José: Die Entwicklung des Bildjournalismus (= Kommunikation und Politik, Bd. 22, Schriftenreihe hg. Von Aufermann, Jörg/ Bohrmann, Hans/ Lerg, Winfried B. u.a.). München/New York u.a., 1990, S. 1ff; Vgl. Löffler, Petra: Bilderindustrie. Die Fotografie als Massenmedium. In: Kümmel, Albert/Scholz, Leander/Schumacher, Eckhard: Einführung in die Geschichte der Medien. Paderborn, 2004, S. 95; Vgl. Kerlen, 2003, S. 171ff; Vgl. Damisch, Hubert: Fünf Anmerkungen zu einer Phänomenologie des fotografischen Bildes. In: Wolf, 2002, S. 136f;

¹³⁷ Vgl. Kerlen, 2003, S. 174.

¹³⁸ Vgl. Freund, Gisèle: Photographie und Gesellschaft. Hamburg, 1979, S. 117.

¹³⁹ Ebenda.

¹⁴⁰ Vgl. Macias 1990, S. 9f.

„Die reine Bildnachricht gab von jetzt an das Geschehen so klar und so vollständig wieder, daß die Feder mit jeder Deutung dahinter zurückblieb. Das Nachrichtenbild (...) wurde als Ergänzung und Bestätigung des Nachrichtentextes dem Ablauf der Ereignisse angepaßt.“¹⁴¹

Bevor jedoch Fotografien Anklang bei der Presse fanden, hielten mangelnde technische Reproduzierbarkeit sowie hohe Kosten die Verleger davon ab sie für ihr Medium zu nutzen. Erst die Verbesserung der Objektiv-Technik, die Verfeinerung der Entwicklungsverfahren und Kopiertechnik und die Erfindung von Kleinkameras und Rollfilmen machten Fotografien für die Presse attraktiver, dass 1928 als das Geburtsjahr des modernen Fotojournalismus festgemacht werden kann. Darüber hinaus waren damit die Voraussetzungen für die Ausbildung eines neuen Berufsstandes gegeben: der des Pressefotografen.¹⁴²

Während die Aufgabe der ersten Photoreporter die Illustration von Geschichten mittels ihrer Bilder war, macht Gisèle Freund die Entstehung des Photojournalismus an einem speziellen Augenblick fest:¹⁴³

„wo das Bild selbst zur Geschichte wird, die in einer Folge von Photos über ein Ereignis berichtet, während der daneben stehende Text oft nur aus Bildunterschrift besteht.“¹⁴⁴

Kennzeichnend für die ersten bekannten Pressefotografen wie Erich Salomon oder André Kertész war, dass sie nicht nur Fotografen waren, sondern auch Text und Bildunterschriften redigierten.¹⁴⁵

4.2 Pressefotografie – technisch reproduzierte Realität und Wirklichkeit?

Jede Diskussion über manipulierte Fotografien müsse damit beginnen, sich einzugestehen, dass die Manipulation dem Wesen der Fotografie inhärent ist, betont Tom Wheeler am Beginn von „Phototruth or Photofiction?“. Denn der Entstehungsprozess von Fotos an sich ist gekennzeichnet von zahlreichen Entscheidungen und Interpretationen, die das Endprodukt beeinflussen. Eine Fotografie ist nicht, so Wheeler weiter, absolute Realität, Wahrheit oder gar

¹⁴¹ Dovifat, Emil: Bild und Bildpresse in der Publizistik. A.a.O. Zit. nach: Macias, 1990, S.9f.

¹⁴² Vgl. Macias, 1990, S. 6ff.

¹⁴³ Vgl. Freund, 1979, S. 122.

¹⁴⁴ Ebenda.

¹⁴⁵ Vgl. ebenda, s. 131.

objektiv.¹⁴⁶ Auch Gernot Böhme stimmt zu, dass angesichts der unendlichen Möglichkeiten der Gestaltung und Manipulation, eine ernsthafte Diskussion darüber, ob ein Foto realistisch sei, heute keine Chance mehr hätte.¹⁴⁷ Mit Aufkommen der Digitalfotografie wurden die Mittel der fotografischen Verzerrung um 1980 auch von Kulturtheoretikern wie Umberto Eco und Nelson Goodman als Argument gegen den Abbildcharakter (Ikonizität) vorgebracht.¹⁴⁸

„We know that, through staging, optical tricks, emulsion, solarization, and the like, someone could have produced the image of something that did not exist.“¹⁴⁹

In diesem Punkt driften die Meinung der Wissenschaft und die Erfahrung in der Gesellschaft auseinander.¹⁵⁰

„Sehen hieß und heißt auch heute noch: glauben. Beobachtbare Objekte und Ereignisse gelten als natürlich oder real, der Bezug darauf als wahr. Und auch bei Gericht hat das Wort des Augen-Zeugen das größte Gewicht. Die Vorstellung von der Kamera als Auge hat diese Verlässlichkeitserwartung auf Foto und Fernsehen übertragen (...).“¹⁵¹

Aus dieser angesprochenen Vorstellung von der Kamera als Auge, ergibt sich der Fehlschluss, dass der Apparat neutrale Abbilder der Wirklichkeit erstellt, wobei außer Acht gelassen wird, dass diese Abbilder stets auch die Interpretation der Wirklichkeit sind. In unserem visuellen Zeitalter wird das, was wir sehen, mit dem Realen identifiziert, und das Wahrnehmen eines Foto- oder Fernsehbildes kommt einem Existenzbeweis gleich.¹⁵² Warum wir – trotz dieses theoretischen Wissens – die von den Medien vermittelten Bilder als real und wahr annehmen, erklärt Gernot Böhme anhand zweier möglicher Theorien: Zum einen geht er von der Möglichkeit

¹⁴⁶ Vgl. Wheeler, Tom: Phototruht or Photofiction? Ethics and Media Imagery in the Digital Age. New Jersey 2002, S. 3.

¹⁴⁷ Vgl. Böhme, Gernot: Theorie des Bildes. München 2004a, S. 111.

¹⁴⁸ Vgl. Dörfler, Hans-Diether: Das fotografische Zeichen. In: Schmitt, Julia/ Tagsold, Christian, Dörfler, Hans-Diether u.a.: Fotografie und Realität. Fallstudien zu einem ungeklärten Verhältnis. Opladen 2000, S. 19.

¹⁴⁹ Eco, Umberto: Semiotics and the Philosophy of Language. Bloomington 1984. Zit. nach: Dörfler, Hans-Diether: Das fotografische Zeichen. In: Schmitt, Julia/ Tagsold, Christian, Dörfler, Hans-Diether u.a.: Fotografie und Realität. Fallstudien zu einem ungeklärten Verhältnis. Opladen 2000, S. 19.

¹⁵⁰ Eine repräsentative Umfrage der Firma TNS Emnid (Deutschland, 2004) ergab, dass 83 Prozent der Deutschen glauben, Medien manipulieren durch Worte. 82 Prozent befürchteten zwar auch eine Einflussnahme durch Bilder, allerdings ergab dieselbe Umfrage auch, dass 55 Prozent Bilder als ehrlicher bewertet werden als Worte. Obwohl diese Umfrage in Deutschland durchgeführt wurde, ist davon auszugehen, dass eine Umfrage in Österreich ähnliche Ergebnisse bringen würde. Quelle: Journalist 2/2004, Seite 7, zit. nach: Miener, Frank: Bilder, die lügen. Tourist Guy und Co. – Digitale Gefahr für die Medien? Norderstedt 2003/2004, S. 29.

¹⁵¹ Merten, Klaus/ Schmidt, Siegfried J./ Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994, S. 14.

¹⁵² Vgl. Hartmann, 2008, S. 37.

aus, dass uns Fotos ähnliche Seherlebnisse vermitteln wie die Realität selbst. Eine weitere plausible Erklärung sieht er in der tiefen Durchdringung des Alltags durch den Fotoapparat, sodass eine „Schulung des Sehens“ stattgefunden hat, die uns vordergründig „fotografisch Sehen“ lässt.¹⁵³ Das bedeutet, dass wir die Realität so sehen, wie sie uns von Fotos präsentiert wird.¹⁵⁴ Diese Realität, die uns durch Medienbilder präsentiert wird, ist eine mitkonstruierte Realität. Medienbilder sind nicht das Ereignis selbst, sondern liefern uns immer nur einen Ausschnitt der Wirklichkeit. Diese Bilderwelt ist Interessen geleitet und darin manifestiert sich auch die Macht der Medienmacher, welche die Ereignisse zunehmend in Bezug auf die Medienwahrnehmung gestalten.¹⁵⁵

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Fotografie im allgemeinen und das Pressebild im Speziellen trotz mannigfaltiger Bearbeitungs- und Manipulationsmöglichkeiten, selbst in Zeiten der digitalen Fotografie, nur marginal an dokumentarischer Qualität eingebüßt hat. Vor diesem Hintergrund wird im Anschluss kurz auf das Bild als historische Quelle und Beweis eingegangen.

4.2.1 Pressebilder als historische Quelle

„We can hardly accuse the sun having an imagination“¹⁵⁶, bemerkte eine französische Zeitschrift 1854, als sie die Glaubwürdigkeit von Fotografien und Zeichnungen verglich. Zweifellos beeinflusste die Fotografie die Standards visueller Beweiskraft.

Mit dem Aufkommen der Fotografie und ihrer Etablierung in der Presse verband sich die Erinnerung an Ereignisse immer enger mit ihren Visualisierungen. Marion Müller beschreibt dieses Phänomen als die „assoziative Kraft der Bilder“. Komposition, Stil, Kontext und selbst unscheinbare Details beeinflussen die Nachhaltigkeit ihrer Wahrnehmung, sodass formale und stilistische Ähnlichkeiten

¹⁵³ Die Bedeutung von Bildern für das menschliche Leben rührt laut Böhme auch daher, dass unsere emotionale Beteiligung an der Welt weitgehend bildvermittelt ist. Umgekehrt, so Böhme, erfahren wir uns in dem Maße als wirklich, in dem wir auf Abbildungen in Erscheinung treten. Von daher erklärt sich das Bedürfnis nach Verbildlichung des Lebens. Das reale Leben ist zwar reicher an Möglichkeiten als die Welt der Bilder, es bleibt jedoch latent und unbestimmt. Bilder wiederum sind prägnant, entschieden und bleibend. Vgl. Böhme, Gernot: Die Wirklichkeit der Bilder. In: Filk, Christian/ Lommel, Michael/ Sandbothe, Mike (Hrsg.): Media Synaesthetics. Konturen einer physiologischen Medienästhetik. Köln 2004, S. 90f.

¹⁵⁴ Vgl. Böhme, 2004a, S. 123ff.

¹⁵⁵ Vgl. ebenda.

¹⁵⁶ Goldberg, Vicky: The Power of Photography. How photographs changed our lives. New York/London 1991, S. 19.

bei anderen Bildern automatisch zu inhaltlichen Analogieschlüssen führen.¹⁵⁷ So führt beispielsweise das Bild des World Trade Centers unweigerlich zu Assoziationen mit den Ereignissen am 11. September 2001, dem Einstürzen der Twin Towers, vom mit Rauch bedeckten New York und den hinabstürzenden Menschen, welche aus den Fenstern sprangen. Und diese Bilder, die wir aus unserer Erinnerung zu 9/11 holen, sind nicht etwa Bilder aus unserer Erfahrung, sondern sie erinnern uns an eine Wirklichkeit, die uns durch Medien vermittelt wurde. Kein Zweifel besteht für uns daran, dass der Anschlag auf die New Yorker Zwillingstürme wirklich stattgefunden hat, denn Fotografien und Videobilder gelten als unwiderlegbarer Beweis dafür, dass es sich so abgespielt haben muss. Diese vermeintliche Abbildfunktion von Fotografien durchzieht die Diskussion über den Fotojournalismus bis in die 1980er Jahre.

„Fotos liefern Beweismaterial. Etwas, wovon wir gehört haben, woran wir aber zweifeln, scheint ‚bestätigt‘, wenn man uns eine Fotografie davon zeigt.“¹⁵⁸

Diese in das Gedächtnis eingebrannte Überzeugung, dass Fotos die Wirklichkeit abbilden, findet ihre Entsprechung auch in der juristischen Praxis, wo Fotografien als „zulässiges Beweismaterial“ gelten, oder in polizeilichen Ermittlungen, wo Foto- und Videomaterial zur Überführung von Kriminellen eingesetzt werden. Nicht nur in diesem Kontext, sondern auch in der Wissenschaft stellen Bilder – ebenso wie Texte und mündliche Überlieferungen – wichtiges historisches Quellenmaterial dar. Sie dokumentieren Aussagen von Augenzeugen.¹⁵⁹ Wie Bilder als visuelle Quellen unter Historikern an Ansehen gewonnen haben, darauf geht auch Peter Burke ein. Er unterstreicht die Fähigkeit der Bilder, dem Betrachter eine lebhafte Imagination der Vergangenheit zu ermöglichen. Wenngleich er aber auch auf die Schwächen von Bildquellen hinweist, die es – will man Bilder zuverlässig und effizient als Beweismittel nutzen – zu berücksichtigen gilt.

„Bilder sind stumme Zeugen, und es ist schwierig, ihre Aussage in Worte zu übersetzen.“¹⁶⁰

In der Presse wird Bildern zum Teil ihre Beweisfunktion abgesprochen, zumal sie nicht die richtige dokumentarische Hilfe zum Text liefern. Bilder – meist zur Illustration eingesetzt – ermöglichen nicht im Text aufgestellte Behauptungen an der

¹⁵⁷ Vgl. Müller, 2003, S. 83.

¹⁵⁸ Sontag, Susan: Über Fotografie. Frankfurt a. M. 1980, S. 11.

¹⁵⁹ Vgl. Burke, Peter: Augenzeugenschaft. Bilder als historische Quellen. Berlin 2003, S. 14f.

¹⁶⁰ Burke, 2003, S. 15.

Wirklichkeit zu überprüfen.¹⁶¹ Was ein Bild bzw. eine Fotografie bedeutet, ist interpretativ und hängt sehr stark damit zusammen, wie jemand gelernt hat eine Bildoberfläche zu rezipieren. Demnach ist eine Bildaussage keineswegs eindeutig, sie wird je nach kulturellem, räumlichem und zeitlichem Hintergrund unterschiedlich rezipiert. Die Mehrdeutigkeit von Bildern arbeitete auch John Berger in seinem Beitrag „The Ambiguity of Photography“ heraus. Da Fotografien seiner Auffassung nach keine eigene Sprache besäßen, spricht er den Wörtern eine besondere Bedeutung zu:¹⁶²

„In the relation between a photograph and words, the photograph begs for an interpretation, and the words usually supply it. The photograph, irrefutable as evidence but weak in meaning, is given a meaning by the words. And the words, which by themselves remain at the level of generalization, are given specific authenticity by the irrefutability of the photograph.“¹⁶³

In diesem Zitat ist bereits angesprochen, worin Berger die Gefahr der Fotografie sieht, nämlich in ihrer Fähigkeit jedem Ereignis oder Erscheinung Authentizität zu verleihen. So hält er darüber hinaus an seinem Standpunkt fest, dass die Fotografie selbst nicht lügen könne. Es geht vielmehr darum, dass die Objekte, die mit Hilfe des Lichts festgehalten werden, lügen können:¹⁶⁴

„A ‚tableau‘ of objects and figures is assembled [and] (...) photographed. It is photographed precisely because the camera can bestow authenticity upon any set of appearances, however false. The camera does not lie even when it is used to quote a lie. And so, this makes the lie appear more truthful.“¹⁶⁵

Das Bild mag also verzerren, nur einen Ausschnitt der Wirklichkeit präsentieren oder unterschiedlich gedeutet werden, es ist aber immer der Beleg dafür, dass etwas existiert bzw. existiert hat.¹⁶⁶ Auch Roland Barthes verteidigt diese Perspektive, indem er die Fotografie mit der Malerei und dem Diskurs vergleicht. Ihnen spricht er zwar einen Referenten zu, jedoch könne dieser Referent eine „Chimäre“ sein. Die Fotografie, so ist er sicher, müsse jedoch einen realen Referenten haben:¹⁶⁷

¹⁶¹ Vgl. Schnelle-Schneyder, Marlene: Photographie und Wahrnehmung am Beispiel der Bewegungsdarstellung im 19. Jahrhundert. Marburg 1990, S. 12.

¹⁶² Vgl. Berger, John: The Ambiguity of the Photograph. In: Askew, Kelly/ Wilk, Richard R. (Hrsg.): The Anthropology of Media. A Reader. Oxford/ Malden 2002, S. 50.

¹⁶³ Ebenda.

¹⁶⁴ Vgl. ebenda, S. 53.

¹⁶⁵ Ebenda.

¹⁶⁶ Vgl. Sontag, 1978, S. 11.

¹⁶⁷ Vgl. Barthes, Roland: Die helle Kammer. Bemerkungen zur Photographie. Frankfurt a. M. 1985, S. 86.

„Photographischen Referenten‘ nenne ich nicht die möglicherweise reale Sache, auf die ein Bild oder ein Zeichen verweist, sondern die notwendig reale Sache, die vor dem Objektiv platziert war und ohne die es keine Photographie gäbe. (...) Anders als bei diesen Imitationen [die Malerei und der Diskurs, Anm. d. Verf.] läßt sich in der PHOTOGRAPHIE nicht leugnen, daß die Sache dagewesen ist. [Herv. i. Orig.]“¹⁶⁸

4.2.2 Das Prinzip der Augenzeugenschaft

Die vorliegende Forschungsarbeit stellt vordergründig die Frage nach ethischen Prinzipien bei Bildmanipulationen und ob beziehungsweise inwiefern diese digitalen Manipulationen von Medienbildern sinnvoll reguliert werden können und sollen. In diesem Zusammenhang stellt der Begriff der Augenzeugenschaft eine zentrale Kategorie dar, aus der sich die Prinzipien der Bildberichterstattung in Bezug auf Bildbearbeitung und der Verletzung von Persönlichkeitsrechten ableiten lassen. In beiden Fällen geht es um die Funktion von Pressebildern als „Formen des öffentlichen Zeigens“ im Sinne professioneller Augenzeugenschaft. Dieses Prinzip geht über seine deskriptive Form hinaus und stellt normative Ansprüche, die es in irgendeiner Form zu regulieren gilt.¹⁶⁹

Das von Ernst Gombrich benannte Augenzeugenprinzip besagt, dass Bilder das sichtbar machen können, was ein Augenzeuge an einem anderen Ort und in einer anderen Zeit von einem bestimmten Standpunkt aus relativ zum Geschehen sehen konnte – und nichts weiter.¹⁷⁰ Wie bereits im vorangegangenen Kapitel ausgeführt, werden Bilder trotz berechtigter Zweifel in der journalistischen Bildberichterstattung nach wie vor als Belege für Geschehenes verstanden. Ob diese Belege nun durch die Bildproduzenten mittels digitaler Bildbearbeitung verändert oder von den Akteuren inszeniert werden, der von den Mediennutzern gerichtete Anspruch fußt auf diesem Verständnis von Augenzeugenschaft und Sichtbarkeit.¹⁷¹ Auch Susan Sontag verwendet den Begriff der Zeugenschaft und weist auf die Forderung der Medienkonsumenten auf unverfälschte Berichterstattung hin.¹⁷²

¹⁶⁸ Ebenda.

¹⁶⁹ Vgl. Leifert, 2007, S. 246f.

¹⁷⁰ Vgl. Leifert, 2007, S. 246f; Vgl. Burke, 2003, S. 15; Vgl. Böhme, 2004, S. 114; Vgl. Grittmann, 2007, S. 113.

¹⁷¹ Vgl. Leifert, 2007, S. 247.

¹⁷² Vgl. Sontag, Susan: Das Leiden anderer betrachten. München 2003, S. 34.

„(...) bei Gräuelfotos wollen die Leute das Gewicht der Zeugenschaft ohne jede Beimischung von Kunst, die sie mit Unaufrichtigkeit oder Erfundenem gleichsetzen.“¹⁷³

Das Bedürfnis nach einem unverfälschten, objektiven, nicht-vermittelten Bild der äußeren Wirklichkeit ist nicht nur für die Anfänge der Fotografie charakteristisch, sondern auch in der heutigen, so genannten Mediengesellschaft präsent.¹⁷⁴

„The ‚marriage of conviction‘ between our faith in the truthfulness of the photographic image and our belief in the possibility of objective reporting has lasted for nearly a century and a half, and has been strengthened by the invention of motion pictures and television.“¹⁷⁵

Diese Aussage von Gross, Katz und Ruby bestätigt einmal mehr den Widerspruch der Medienwelt, dass trotz unseres Wissens um Selektions- und Framingprozesse, Inszenierung und den Möglichkeiten der Bildbearbeitung und -manipulation diese beiden Überzeugungen weiterleben. Hermann Schäfer drückt es im Vorwort des Ausstellungskataloges „X für U. Bilder, die lügen“ so aus:¹⁷⁶

„Die Wahrnehmung der Menschen hat mit diesem Sprung in der Technologie nicht Schritt gehalten.“¹⁷⁷

Bilder als Produkte von Augenzeugenschaft und der an sie gestellte Anspruch im Sinne eines „es ist so gewesen“, scheint ein naiv-realistischer Zugang zu Bildern zu sein.¹⁷⁸ Dass ein realistischer Bildbegriff für den Journalismus und dessen Selbstkontrolle praktikabel ist, stellt Stefan Leifert in Frage und führt hierzu vier Faktoren an:¹⁷⁹

1. Dies ist einerseits die Tatsache von *Bildbearbeitungen und Bildmanipulationen*, für die in den folgenden Kapiteln noch zahlreiche Beispiele angeführt werden. Bildbearbeitungen sind im Produktions- und Verbreitungsprozess elektronischer Medien eher daily business als die Ausnahme. Leichte Korrekturen des Tonwerts, des Bildausschnitts oder der

¹⁷³ Ebenda.

¹⁷⁴ Vgl. Leifert, 2007, S. 247.

¹⁷⁵ Gross, Larry/ Katz, John Stuart/ Ruby, Jay: A Moral Pause. In: Dies. (Hrsg.): Image Ethics. The Moral Rights of Subjects in Photographs, Film and Television. New York/ Oxford 1988, S. 4. Abrufbar im Internet:

<http://books.google.at/books?id=Ma7LvZaB1xsC&printsec=frontcover&dq=image+ethics#PPA4,M1>
[Stand: 21.05.2009]

¹⁷⁶ Vgl. Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.): X für U. Bilder, die lügen. Bonn ³2003, S. 7.

¹⁷⁷ Ebenda.

¹⁷⁸ Vgl. Leifert, 2007, S. 248.

¹⁷⁹ Vgl. ebenda, S. 248ff.

Kontraste dienen dazu die Sichtbarkeit des Bildobjekts zu verbessern. Wird mittels Bildoptimierungen die Aussage eines Bildes verändert, handelt es sich um eine Bildmanipulation, wobei die Grenze oftmals nicht eindeutig zu ziehen ist.¹⁸⁰

2. Die *Inszenierung von Ereignissen* ist ein weiteres Phänomen, das einen realistischen Bildbegriff in Frage stellt. Inszenierte oder gestellte Aufnahmen entstehen entweder durch das Posieren der Abgebildeten oder durch die Einflussnahme der Bild produzierenden Fotografen. Ein bekanntes Beispiel¹⁸¹, in dem bewusst Bildikonen geschaffen wurden, stammt von Joe Rosenthal aus dem Jahr 1945, auf dem amerikanische Soldaten auf der Pazifikinsel Iwo Jima die amerikanische Flagge hissen. Ob nun der Fotograf eine Szenerie arrangiert oder die Akteure, in beiden Fällen wird die Wirkung des Bildes auf den Betrachter ins Kalkül gezogen, Realität jedoch nicht vollständig erfunden.



Abb. 1: Iwo Jima, 1945 (Joe Rosenthal, AP)

3. Als dritten Faktor führt Leifert die *vielen Selektionsmechanismen* an, die die tägliche journalistische Tätigkeit auf Seite des Bildproduzenten, des Medienunternehmens, aber auch des Rezipienten bestimmen. Auf Rezipientenseite kann von einem doppelten Selektionsprozess gesprochen

¹⁸⁰ Vgl. ebenda.

¹⁸¹ Quelle: <http://ohs-image.ohiohistory.org/images/about/pr/ctm/1945.jpg> [Stand: 03.07.2009]

werden, da Mediennutzer aus der Fülle an medialen Inhalten, die für sie relevanten Informationen filtern.¹⁸²

4. Viertens müssen die verschiedenen Möglichkeiten subtiler Wirkungen wie Kameraperspektiven, Einstellungsgrößen und Kamerabewegungen auf den Zuschauer bedacht werden.¹⁸³

Jene Akteure, die an erster Stelle für die Bildproduktion verantwortlich sind, sind die Pressefotografen. Ihr Auftrag, Verantwortungsbereich und ethischen Handlungsprinzipien innerhalb der Medienproduktion werden im Folgenden umrissen.

4.3 Bildjournalist, Pressefotograf, Fotojournalist – Definition eines Berufsstandes

In der Praxis hat sich keine einheitliche Bezeichnung oder ein allgemeines Verständnis durchgesetzt, was unter Fotojournalismus beziehungsweise Pressefotografie zu verstehen ist. So werden die Begriffe Bild- oder Fotojournalist, Pressefotograf, Fotoreporter und Bildberichterstatteur zum Teil synonym verwendet. Das überholte Verständnis einer Pressefotografie als Foto, das in der Presse abgedruckt wird, ist einer handlungstheoretischen Sichtweise gewichen, die Pressefotos für und in Medien als Produkt eines eigenen fotojournalistischen Arbeitsfeldes auffasst. Aktuelle Bezeichnungen dieses Tätigkeitsfeldes gehen in Richtung „visueller Bild- bzw. Fotojournalismus“.¹⁸⁴ Der Begriff Bildjournalismus wird dem Journalismus als Sammelbegriff untergliedert und bezieht alle jene Berufsgruppen mit ein, die weitgehend mit visuellen Darstellungen zu tun haben: Kameraleute beim Fernsehen, Fotografen und Karikaturisten. Der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) verabschiedete ein „Berufsbild Journalistin Journalist“, in dem auch der Bildjournalismus berücksichtigt wurde:

¹⁸² Vgl. Leifert, 2007, S. 249.

¹⁸³ Hans Mathias Kepplinger zufolge ergeben Experimente zum Einfluss von Kameraperspektiven auf die Wahrnehmung von Personen zum Teil widersprüchliche Ergebnisse. Bei einer kontrovers diskutierten Befragung von Kameraleuten stellte sich jedoch heraus, dass nach deren Ansicht die Draufsicht bzw. Vogelperspektive, die abgebildete Person weniger vorteilhaft erscheinen lässt als eine Aufnahme in Augenhöhe. Ähnliches ergibt sich für eine extreme Untersicht bzw. Froschperspektive, die die abgebildete Person arrogant und allgemein unvorteilhaft wirken lässt. Natürlich hängt die Wahl der Kameraperspektive nicht immer vom Fotografen selbst ab, sondern wird bei Presseterminen auch vom ihm zugeteilten Standort beeinflusst.

¹⁸⁴ Vgl. Grittmann, Elke: Das politische Bild. Fotojournalismus und Pressefotografie in Theorie und Empirie. Köln 2007, S. 28.

„[Der Bildjournalismus vermittelt, Anm. d. V.] (...) visuelle Informationen über Vorgänge, Ereignisse und Sachverhalte zum Beispiel durch Fotos, bewegte Bilder Informationsgraphiken, Pressezeichnungen und Karikaturen.“¹⁸⁵

Julian J. Rossig grenzt einen Fotojournalist klar vom Pressefotografen ab. Während er Zweiteren als Fotografen sieht, dessen Veröffentlichungsmedium zufälligerweise eine Zeitung ist, versteht er den Fotojournalist als jemanden, dessen Werkzeug für die Berichterstattung die Kamera ist.¹⁸⁶ Dieses Verständnis, das Foto- und Wortjournalisten unter dem Überbegriff Journalist zusammenfasst, hat sich durchgesetzt. In Österreich ist durch das Journalistengesetz (1920 i. d. Fassung von 2002) genau definiert, wer zur Berufsgruppe der Journalisten zu zählen ist. Das Journalistengesetz gilt:

„(...) für alle mit der Verfassung des Textes oder mit der Zeichnung von Bildern betrauten Mitarbeiter einer Zeitungsunternehmung, die mit festen Bezügen angestellt sind und diese Tätigkeit nicht bloß als Nebenbeschäftigung ausüben.“ (§ 1 Abs. 1)¹⁸⁷

Fotojournalisten - die zur Entstehungszeit des Gesetzes noch keine große Bedeutung hatten - fallen allerdings nach diesem Wortlaut nicht in das Journalistengesetz.¹⁸⁸

„Da die Pressefotografen jedoch die Aufgaben der Zeichner übernommen haben, ist das Journalistengesetz auch auf diese Gruppe zutreffend.“¹⁸⁹

Ähnliche Definitionen finden sich auch im Medien- und ORF-Gesetz, in den Kollektivverträgen zwischen dem VÖZ (Verband Österreichischer Zeitungen) bzw. dem ÖZV (Österreichischer Zeitschriften- und Fachmedien-Verband) und der Journalistengewerkschaft sowie in der Praxisliteratur.¹⁹⁰ So fasst Rolf Sachsse das Ziel des Fotojournalismus als Vermittlung visueller Nachrichten über technische Medien mit dem Schwerpunkt Fotografie zusammen.¹⁹¹

¹⁸⁵ Deutscher Journalisten Verband: Berufsbild Journalistin Journalist. 2009, Online unter: http://www.djv.de/fileadmin/DJV/Journalismus_praktisch/Broschueren_und_Flyer/Berufsbild_2009.pdf [Stand: 24.05.2009]

¹⁸⁶ Vgl. Rossig, Julian J.: Fotojournalismus. Konstanz 2006, S. 11.

¹⁸⁷ Jusline GmbH: Journalistengesetz. Online unter: <http://www.jusline.at/index.php?cpid=ba688068a8c8a95352ed951ddb88783e&lawid=244&paid=1> [Stand: 22.05.2009]

¹⁸⁸ Vgl. Kaltenbrunner, Andy/ Karmasin, Matthias/ Kraus, Daniela u.a.: Der Journalisten-Report. Österreichs Medien und ihre Macher. Eine empirische Erhebung. Wien 2007, S. 167f.

¹⁸⁹ Ebenda.

¹⁹⁰ Vgl. ebenda.

¹⁹¹ Vgl. Sachsse, 2003, S. 13f.

In Österreich fällt die Pressefotografie als Teilbereich in das Fotografengewerbe. Dieses Gewerbe ist für jeden frei zugänglich, das bedeutet, dass kein Befähigungsnachweis von Nöten ist.¹⁹² Was die Pressefotografie darf, fasst die Innung für Berufsfotografen auf ihrer Website sehr kurz zusammen:

„Dem Pressefotografen ist es nur gestattet, die von ihm hergestellten Aufnahmen für Zeitungszwecke, daß heißt zu Illustration aktueller Berichterstattung im redaktionellen Teil von Zeitungen und Zeitschriften abzugeben. Es darf sich dabei nicht um reproduzierbare (gestellte) Aufnahmen, wie z.B. im Studio oder mit Modellen, handeln.“¹⁹³

4.3.1 Arbeitsrollen im Fotojournalismus

Wie weiter oben bereits erläutert wurde, sind die Begriffe Bild- und Fotojournalismus bzw. Pressefotografie nicht nur unterschiedlich weit gefasst, die Bezeichnungen werden auch zur Abgrenzung der verschiedenen Arbeitsrollen im Zuge des Produktions-, Selektions- und Präsentationsprozesses in journalistischen Organisationen herangezogen.¹⁹⁴ Das bedeutet, dass von der Bildproduktion bis zur Präsentation im jeweiligen Medium mehrere unterschiedliche Akteure beteiligt sind. Dies erschwert deutlich die medienethische Frage nach dem Handlungs- und damit Verantwortungsträger. Als Arbeitsrollen im Fotojournalismus lassen sich Fotoreporter, die für die Redaktionen Fotos produzieren, und Bildredakteure, die in den Redaktionen für die Bildbeschaffung, -auswahl und -bearbeitung zuständig sind, differenzieren.¹⁹⁵

In besonderen Fällen, wie bei Unfällen oder Unwettern, greifen die Medien auch auf Amateurbilder zurück. Einen regelrechten Boom an Amateurfotos in Print- und Onlinemedien gab es in den Jahren der Anschläge auf die Londoner und Madrider U-Bahnen 2004 und 2005 sowie nach dem Tsunami im Dezember 2004. BBC rief die Briten sogar dazu auf, Bilder an ihre News-Website zu senden. Auch CNN International-Chefredakteur Nick Wrenn sieht private Filmaufnahmen eher als willkommene Ergänzung denn als Bedrohung. Im Juli 2005 wurde schließlich eine eigene Bildagentur namens Scoopt.com in Birmingham gegründet, die bei Amateurfotografen um die Zusendung von Sensationsbildern warb und diese weiterverkaufte. Scoopt hat laut Webauftritt mit Februar 2009 ihre Agenden wieder

¹⁹² Vgl. Wilke, Paul: Redaktion Fotografen.at. Online unter: <http://www.fotografen.at/home/pressefotograf.html> [Stand: 30.05.2009]

¹⁹³ Ebenda.

¹⁹⁴ Vgl. Grittmann, 2007, S. 32f.

¹⁹⁵ Vgl. ebenda, S. 33.

eingestellt. Zur selben Zeit wurden auch im deutschsprachigen Raum Aufrufe an „Bürgerjournalisten“ von privaten TV-Anstalten wie der ProSieben.Sat1 Media AG oder RTL laut, die zum Teil auch entgeltlich um Bildmaterial und Informationen von Betroffenen buhlten. Öffentlich-rechtliche Sender begegneten dieser Entwicklung mit Skepsis, da keine Redaktion in der Lage sei, die Glaubwürdigkeit von Amateuraufnahmen korrekt einzuschätzen.¹⁹⁶

Amateurbilder haben vor allem dann eine Chance gedruckt zu werden, wenn sie spektakuläre Situationen abbilden, die kein Profi-Fotograf festgehalten hat. So kamen nach der Ermordung des niederländischen Filmemachers Theo van Gogh am 2. November 2004, Pressefotografen und Filmteams zu spät, sodass nur ein Passant zuvor die Gelegenheit hatte ein Foto des Toten ohne Leichentuch mittels Fotohandy zu schießen. Der „Telegraaf“, die größte Tageszeitung der Niederlande, bezahlte kolportierte 20.000 Euro dafür.¹⁹⁷

Anhand der Expertengespräche in dieser Arbeit soll eruiert werden, ob im Nachhinein nachvollzogen werden kann, wer für die Bearbeitung eines Bildes verantwortlich ist. Ferner soll hier auf die Problematik der Verantwortungszuweisung aufmerksam gemacht werden. Wer letztlich rechtlich bei medienethischen Verstößen zur Verantwortung zu ziehen ist, ist nicht Gegenstand dieser Arbeit.

4.3.2 Funktion und Auftrag der Bildberichterstatter

Die Grundaufgabe von Fotojournalisten ist die visuelle Vermittlung von Nachrichten. Während der Pressefotografie in ihren Ursprüngen eine rein illustrative Funktion zugeschrieben wurde, haben Bilder heute darüber hinaus eine dramaturgische und journalistische Funktion. In ihrer dramaturgischen Verwendung sollen sie Spannung erzeugen, strukturieren und die Neugier wecken. Die illustrative Funktion der Bilder dient dazu die Richtigkeit von im Presstext erwähnten Informationen zu untermauern und im Rahmen ihrer journalistischen Funktion, wird Bildern die Fähigkeit eigenständige Botschaften zu vermitteln zugesprochen.¹⁹⁸

¹⁹⁶ Vgl. Jansen, Maria: Scoops per Handy. In: Journalist. Das deutsche Medienmagazin. 55. Jg. 2005, Heft 12, S. 51-52; Vgl. <http://www.scoopt.com> [Stand: 31.05.2009];

¹⁹⁷ Vgl. Jansen, 2005, S. 51-52; Vgl. <http://www.scoopt.com> [Stand: 31.05.2009]; Vgl. Herkel, Günter: Billige Reporter. In: M – Menschen Machen Medien. Heft 09/2006, Online unter: http://mmm.verdi.de/archiv/2006/09/titelthema_buergerjournalismus/billige_reporter [Stand: 01.06.2009]

¹⁹⁸ Vgl. Wolf, Claudia Maria: Bildsprache und Medienbilder. Die visuelle Darstellungslogik von Nachrichtenmagazinen. Wiesbaden 2006, S. 63f.

Fotos, die „sprechen“, sollten auch laut dem amerikanischen Fotojournalisten Philip Douglass das oberste Ziel der Fotografen sein. Denn solche Fotos wecken im Leser eigene Emotionen. So genannte Eyecatcher – z.B. Fotos mit ungewöhnlichem Motiv oder Perspektive – erregen Aufmerksamkeit und animieren zum Weiterlesen.¹⁹⁹ Im Kern läuft die Funktion von Bildern im journalistischen Kontext auf deren Informationsfunktion hinaus, sie setzen Ereignisse und Gegenstände in Form.²⁰⁰

Zu den wesentlichen Aufgaben von Bildjournalisten zählen:²⁰¹

- Sammeln und Koordinieren von Informationen, Zusammenstellen der fotografischen Ausrüstung;
- Herausfinden günstiger Aufnahmestandorte unter Berücksichtigung äußerer Bedingungen und Einflüsse;
- Bildauswahl, Bestimmung des Ausschnitts und Bildbeschriftung;
- Kenntnis der Distributionswege und unterschiedlichen redaktionellen Anforderungen an das Bildmaterial;
- Archivierung des Bildmaterials;
- Kenntnis aller notwendigen Laborarbeiten und Bearbeitung von Bildern;

Diese Beschreibung des DJV des Berufsbildes Pressefotograf bedarf angesichts der technischen Entwicklungen im Fotojournalismus einer Überarbeitung. Im Wesentlichen geht es heute bei der Arbeit des Pressefotografen nicht mehr um die Bearbeitung der Bilder im Labor, sondern in der so genannten digitalen Dunkelkammer.²⁰²

Unerwähnt blieben hier abseits des technischen Wissens weiters jene Fähigkeiten des Pressefotografen, die darüber hinaus unerlässlich für seinen Beruf sind.²⁰³

„As reporters, photojournalists must have a strong sense of the journalistic values that guide all reporters. Truthfulness, objectivity, and fairness are values that give the journalism profession credibility and respect.“²⁰⁴

¹⁹⁹ Vgl. Miener, 2003/2004, S. 34ff; Vgl. Rossig, 2006, S. 15.

²⁰⁰ Vgl. Flusser, 1983, S. 21.

²⁰¹ Vgl. Belz, Christopher: Berufsbilder im Journalismus. Von den alten zu den neuen Medien (= Edition Sage & Schreibe, Bd. 2, Hg. v. Michael Haller). Konstanz 1999, S. 46f.

²⁰² Vgl. Busch, David D.: Digital photography. New York 1995, S. 101ff.

²⁰³ Vgl. Lester, Paul: Photojournalism. An Ethical Approach. New Jersey 1991. Online unter: <http://commfaculty.fullerton.edu/lester/writings/pjethics.html> [Stand: 06.11.2008].

²⁰⁴ Ebenda.

4.4 Authentizität und Glaubwürdigkeit im Fotojournalismus

Die journalistischen Werte Wahrhaftigkeit, Objektivität und Fairness, die Paul Lester in obigem Zitat als Werte anführt und die dem Fotojournalismus Glaubwürdigkeit und Respekt verleihen, sind um den Wert der Authentizität zu ergänzen.²⁰⁵ So titelte Mitte der 90-er Jahre Peter Matthias Gaede, Chefredakteur des Reportagemagazins Geo, in der Zeitschrift Sage&Schreibe „Authentizität ist gefragt“²⁰⁶. Und auch Elke Grittmann hält fest:

„Als eine mit der Pressefotografie verbundene, spezifische Form des journalistischen Objektivitätsanspruches gilt Authentizität als zentrale Berufsnorm der visuellen Berichterstattung im Informationsjournalismus.“²⁰⁷

Das Wissen um die neuen, einfacheren Möglichkeiten der Bildmanipulation im Zuge der Digitalisierung der fotografischen Arbeits- und redaktionellen Produktionsprozesse, hat jedoch nicht zur Aufgabe des Authentizitätsanspruches geführt, sondern vielmehr dazu, dass das authentische Foto von Qualitätsmedien eingefordert wird. Entgegen dem wissenschaftlichen Konsens²⁰⁸ steht dahinter der Anspruch, dass das Foto – sofern es nach der Aufnahme nicht manipuliert wird – in der Lage ist ein echtes Abbild der Wirklichkeit zu liefern, das authentische Bild.²⁰⁹

Wichtig in diesem Zusammenhang und bei der Rezeption von Bildern ist die Intention des Fotografen, denn schon bei der Wahl der Kamera, des Bildausschnitts, des Objektivs, Farbigkeit, Speichergröße und Auflösung beeinflusst er das Ergebnis. So lichtet sich nicht die Wirklichkeit auf einer Fotografie beziehungsweise einem Speicherchip ab, sondern der Fotograf entscheidet, was und wie etwas aufgenommen wird. Somit kann eine Fotografie immer nur einen vom Fotografen ausgewählten Moment repräsentieren.²¹⁰ Grittmann beschreibt Authentizität nicht als dem Medium Fotografie inhärente Eigenschaft, sondern auf sozialen Praktiken und professionellen Normen beruhende Konstruktion der Wirklichkeit.²¹¹

²⁰⁵ Vgl. Leifert, 2007, S. 251f.

²⁰⁶ Gaede, Peter Matthias: Authentizität ist gefragt. In: Sage & Schreibe. Die Zeitschrift für Medienberufe. Heft 7/1995, S. 15.

²⁰⁷ Grittmann, Elke: Die Konstruktion von Authentizität. Was ist echt an den Pressefotos im Informationsjournalismus? In: Knieper, Thomas/ Müller, Marion G.: Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten. Köln 2003, S. 123.

²⁰⁸ Vgl. Kapitel 3.2 zum wissenschaftlichen Konsens, dass die Fotografie Wirklichkeit nicht objektiv abbilden kann.

²⁰⁹ Vgl. Grittmann, 2003, S. 123ff.

²¹⁰ Vgl. ebenda, S. 124.

²¹¹ Vgl. ebenda, S. 125.

Etymologisch steht der Begriff „authentisch“ bzw. „Authentizität“ für das Verbürgte, für autoritativ bestätigte Echtheit (von Dokumenten, Reliquien, etc.), für das Zuverlässige und Glaubwürdige. Die für den Bildjournalismus relevante Bedeutungsdimension beschreibt Authentizität als die Übereinstimmung eines Abbildes mit der Wirklichkeit. Wie die Begriffe „Abbild“ und „Wirklichkeit“ genau definiert werden, bleibt meist offen und wird in der bildethischen Diskussion sehr unterschiedlich bestimmt.²¹²

Die für die vorliegende Arbeit relevante Definition stammt von Rudolf Arnheim, der Authentizität folgendermaßen beschreibt:

„Indem wir die dokumentarischen Qualitäten einer Fotografie in Betracht ziehen, fragen wir drei Fragen: Ist sie authentisch? Ist sie richtig? Ist sie wahr? Authentizität verlangt, daß die Szene nicht manipuliert wurde. Der maskierte Einbrecher, der die Bank verläßt, darf nicht gestellt sein, die Wolken dürfen nicht von einem anderen Negativ herrühren, der Löwe wurde nicht vor einer Kulisse aufgenommen. Richtigkeit ist etwas anderes. Da wird verlangt, daß das Bild der Wirklichkeit, die es festhält, auch entspricht. Die Farben müssen stimmen, das Objektiv hat nicht die Proportionen verzerrt. Die Kategorie Wahrheit schließlich betrifft nicht das Verhältnis von Bild und Realität im Moment der Aufnahme, sondern bezieht sich auf das Bild als Aussage über Fakten, die es mitteilt. Wir fragen, ob das Bild etwas charakteristisch erfaßt. Eine Fotografie kann authentisch, aber unwahr sein, sie kann wahr und doch nicht authentisch sein.“²¹³

Arnheims Definition impliziert bereits einen engeren und weiteren Authentizitätsbegriff, den Leifert präzisiert. Leifert definiert Authentizität in einem engeren Verständnis als Gegenbegriff zu Bildmanipulation, bei der es um die nachträgliche Veränderung des Bildobjekts durch Löschen, Hinzufügen, Montieren oder falsche Beschriftung geht. Ein weiteres Verständnis begreift Authentizität als Gegenbegriff zu allen Formen der Bildinszenierung.²¹⁴ Das bewusste Stellen, Komponieren oder Arrangieren einer Bildszene hat die Glaubwürdigkeit der Fotografie in der Vergangenheit bereits mehrmals erschüttert. So wurde Robert Capa nach seinem Tod vorgeworfen, sein Foto aus dem spanischen Bürgerkrieg

²¹² Vgl. Grittmann, 2003, S. 126; Vgl. Leifert, 2007, S. 251.

²¹³ Arnheim, Rudolf: Über die Natur der Fotografie. In: Kemp, Wolfgang (Hrsg.): Theorie der Fotografie. Bd. 3: 1945-1980. München 1983, S. 177f.

²¹⁴ Vgl. Leifert, Stefan: Professionelle Augenzeugenschaft. Manipulation und Inszenierung als Gegenstand von Selbstkontrolle und Bildethik. In: Zfkm – Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik. 8. Jg., Heft 1/2006, S. 16-23.

(1936), das einen fallenden Soldaten unmittelbar nach dem Einschuss der Kugel zeigt, sei gestellt.²¹⁵



Abb. 2: Tod eines Milizionärs, 1936 (Robert Capa)

Ein ebenso bekanntes wie kontroverses Bild aus dem Vietnamkrieg zeigt Brigadegeneral Nguyen Ngoc Loan, Chef der südvietnamesischen Polizei, der auf offener Straße in Saigon eine Kugel durch den Kopf eines jungen Viet Kong-Soldaten feuert.²¹⁶ Hintergrund des von Eddie Adams 1968 aufgenommenen Fotos ist, dass General Loan die Szene selbst stellte. Er führte den gefesselten Soldaten auf die Straße, wo viele Journalisten versammelt waren. Susan Sontag ist überzeugt:²¹⁷

„(...) er hätte ihn dort nicht kurzerhand exekutiert, wenn die Journalisten nicht anwesend gewesen wären und zugeschaut hätten.“²¹⁸

²¹⁵ Quelle: <http://alvarocumbria.files.wordpress.com/2008/12/rober-cap-a-picture4.jpg> [Stand: 02.07.2009]

²¹⁶ Quelle: <http://mabidavid.wordpress.com/2009/02/26/notes-on-memorial-work-atrocity-pictures/> [Stand: 02.07.2009]

²¹⁷ Vgl. Sontag, 2003, S. 71.

²¹⁸ Ebenda.



Abb. 3: Exekution auf offener Straße in Saigon, 1968 (Eddie Adams, AP)

Dem von Arnheim angeführten zweiten Kriterium für Authentizität, dass auch die Szene vor der Kamera nicht arrangiert sein darf, attestiert Leifert keine Praktikabilität für die Spruchpraxis von Selbstkontrollorganen. Denn in diesem Fall müsste der größte Teil der Pressefotografien als unauthentisch gelten.²¹⁹

In ihrem Beitrag zur Authentizität von Pressefotos, zeigt Elke Grittmann, dass Authentizität keine den Bildern innewohnende Eigenschaft ist, sondern durch die konventionalisierten Praktiken der bildjournalistischen Profession konstruiert wird. Es werden nach Grittmann vier Konstruktionskriterien von Authentizität unterschieden:²²⁰

1. *Kriterien der Aufnahmesituation*
2. *Kriterien der Bildeinstellung*
3. *Kriterien der technischen Produktion*
4. *Kriterien der Präsentation im Kontext des Mediums*²²¹

Ausgehend von der Annahme, dass Authentizität ein Produkt des arbeitsteiligen Produktionsprozesses von Pressefotografien ist, zählen auch Bildbearbeitung und Bildmanipulation zu jenen Instrumenten des Pressefotografen, welche die Authentizität und Glaubwürdigkeit in Fotografien stärken oder schwächen können. Umso wichtiger ist für Foto- und Bildjournalisten der verantwortungsvolle Umgang

²¹⁹ Vgl. Leifert, 2007, S. 252.

²²⁰ Zur näheren Beschreibung dieser Konstruktionskriterien von Authentizität vgl. Grittmann, 2003, S. 129ff.

²²¹ Grittmann, 2003, S. 129ff.

mit ihrem Repertoire an Authentizität konstruierenden Möglichkeiten und eine kontinuierliche Reflexion ihrer Produkte in Hinblick auf die Mediennutzer.

Gerade in Zeiten, in denen - wie eine aktuelle Befragung in Deutschland belegt - von „Vertrauenskrise“ gegenüber dem Journalismus und einer allgemeinen „Journalismusverdrossenheit“ gesprochen wird, ist der Fotojournalismus gefordert die Glaubwürdigkeit in sein Medium zu stärken.²²² Obwohl die Ursachen für die Vertrauenskrise vielfältig seien, spricht Wolfgang Donsbach, Studienleiter und Professor am Institut für Kommunikationswissenschaft der Technischen Universität Dresden, vom ethischen Verhalten der Journalisten als zentralen Aspekt. Hier zeige sich, dass großteils eine distanzierte und feinfühlige Berichterstattung gewünscht wird, denn für die Bürger wiegen Respekt und Pietät schwerer als das öffentliche Interesse.²²³ In Bezug auf Pressebilder hat nicht zuletzt die Digitalisierung zur Versuchung beigetragen Bildmaterial zu bearbeiten und damit zu dramatisieren.²²⁴

4.5 Digitale Revolution

In der modernen fotojournalistischen Praxis hat die Digitalfotografie die analoge Fotografie längst abgelöst. Mit der Etablierung dieser neuen Technologie im Bereich des Fotojournalismus werden jedoch auch verschiedene kulturwissenschaftliche, medienphilosophische und medienethische Fragen aufgeworfen, wie die Frage nach dem Referenten, der Realität sowie den Grenzen der Manipulierbarkeit von digitalen Bildern. Wo aber liegt nun der Unterschied zwischen analogen und digitalen Fotografien?

Eine digitale Fotografie ist eine Fläche aus Bildpunkten, so genannten Pixel²²⁵, die jene Information enthalten, wie hell bzw. in welcher Farbe sie auf der Anzeigefläche, zum Beispiel dem Monitor des PCs oder dem Display eines Handys, erscheinen. Dass die Anzeigefläche nicht nur über Helligkeit und Farbe entscheidet, sondern auch darüber, wie ein digitales Bild, winzige Details angezeigt werden, weist William J. Mitchell hin.

²²² Die Forschungsergebnisse basieren auf einer telefonischen Repräsentativumfrage in Deutschland, die zum Ziel hatte ein umfassendes Bild von der öffentlichen Wahrnehmung des Journalismus in Deutschland zu zeichnen. Wolfgang Donsbach, Studienleiter und Professor am Institut für Kommunikationswissenschaft der Technischen Universität Dresden, veröffentlichte die Ergebnisse dieser Studie in einem Buch: Donsbach, Wolfgang/ Rentsch, Mathias/ Schieliecke, Anna-Maria: Entzauberung eines Berufs. Was die Deutschen von einem Beruf erwarten und wie sie enttäuscht werden (Hg. vom Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses). Köln 2009.

²²³ Vgl. Steiner, Markus: Journalismus in der Vertrauenskrise. (19.05.2009) Online unter: <http://www.presstext.at/pte.mc?pte=090519001> [Stand: 06.06.09]

²²⁴ Vgl. Leifert, 2007, S. 220.

²²⁵ Pixel ist ein Kunstwort aus den Begriffen „Picture“ und „Element“.

„But images are encoded digitally by uniformly subdividing the picture plane into a finite Cartesian grid of cells (known as pixels) and specifying the intensity or color of each cell by means of an integer number drawn from some limited range. (...) In such images, unlike photographs, fine details and smooth curves are approximated to the grid, and continuous tonal gradients are broken up into discrete steps.“²²⁶

Ein digitales Bild kann entweder direkt mittels Digitalkamera, wo das von der Linse projizierte Muster in Form eines Binärcodes aus 1 und 0 gespeichert wird, oder indirekt von einem analogen Datenträger erstellt werden. Digital repräsentierte Informationen, also Daten, werden mittels Digitalisierung erzeugt. Bei der Transformation von analoger in digitale Form werden Bilder abgetastet und in einzelne Pixel zerlegt. Diesen Vorgang nennt die Medieninformatik Quantisierung. Die Auflösung, die in dpi („Dots per inch“) angegeben wird, gibt den Grad der Qualität an.²²⁷

Im Zeitalter der „processed images“ konstatiert Frank Hartmann dem Visuellen einen veränderten Wirklichkeitsstatus. Darüber hinaus wird die Realismus-Position mit der zunehmenden Digitalisierung der Fotografie als Ideologie einer Ära abgetan, die mit dem allmählichen Verschwinden der analogen Fotografie obsolet wurde.²²⁸ Tatsache ist, dass heutzutage eine digitale Fotografie nicht mehr von einer fotorealistischen Computergrafik zu unterscheiden ist, denn in ihrer Zusammensetzung handelt es sich bei beiden um binäre Paare. Die Versuchung des Bildjournalismus besteht im Wesentlichen in zwei Aspekten. Zum einen ist es erstmals möglich „Fotografien“ des Realbilds ohne Referent, ohne entsprechende Wirklichkeit herzustellen. Eine „Realität“ wird so machbar. Zum anderen ermöglichen Bildbearbeitungsprogramme eine noch nie da gewesene Bandbreite Digitalfotos beliebig zu verändern.²²⁹ Die Fotografie erreiche das Ende ihrer Geschichte, denn was mit der Digitalisierung beginnt, hat mit Fotografie nichts mehr zu tun, erklärt beispielsweise Paul Virilio in einem Interview.²³⁰ Auch Peter Lunenfeld hält hierzu fest:

²²⁶ Mitchell, William J.: *The Reconfigured Eye. Visual Truth in the Post-Photographic Era*. Cambridge 1998, S. 4.

²²⁷ Vgl. Wright, Terence: *The Photography Handbook*. London/ New York 1999, S. 152ff; Vgl. Fuchs, Felix F.: *Digital Imaging. Fotos aus Bits und Bytes*. Essen 1998, S. 14ff; Vgl. Hartmann, 2008, S. 59ff.

²²⁸ Vgl. Amelunxen, Hubertus/ Iglhaut, Stefan/ Rötzer, Florian (Hrsg.): *Fotografie nach der Fotografie*. Dresden/ Basel 1996.

²²⁹ Vgl. Doelker, Christian: *Getürkte Wirklichkeit. Vom Mißbrauch der Bilder*. In: Wunden, Wolfgang: *Wahrheit als Medienqualität (= Medien: Forschung und Wissenschaft, Bd. 9)*. Münster 2005, S. 32f.

²³⁰ Vgl. Jocks, Heinz-Norbert: *Das ist das Ende*. [Interview mit Paul Virilio]. In: *Süddeutsche Zeitung*, 19. Juli 2002, S. 14. Zit. nach: Grittmann, 2007, S. 116.

„Zwar wohnte der Fotografie immer schon die Möglichkeit, verändert werden zu können, inne, aber das digitale Foto ist so unentwirrbar mit anderen Elementen der Computergrafik verbunden, daß die früher einzigartigen Qualitäten der Fotografie als Fotografie verloren gehen.“²³¹

William J. Mitchell prägte den Begriff der „Post-Photographic Era“ und bezeichnete damit das „Ende der Fotografie“. Vor allem aber sieht er die Digitalisierung als Chance.

„(...) the application of the computer and digitisation to image-making has brought an age of (,false') innocence to an end. This was the 150-year period during which chemical photographs provided us with (...) truthful reports about things in the real world.“²³²

Wenngleich auch verschiedene Vertreter der Medientheorie einen Schritt weiter sind die Digitalisierung als Chance zu begreifen, die überholte Vorstellung von der Fotografie als Abbild der Wirklichkeit abzulegen, so ist nicht anzunehmen, dass ein verändertes Verständnis der Fotografie bereits allgemeiner Konsens ist.

Was ein solches Verständnis vom digitalen Bild für den Fotojournalismus bzw. die Wahrnehmung von Bildern generell bedeutet, würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen.

Wie sich der Übergang von Pinsel und Deckfarbe zu Zauberstab und Auswahlwerkzeug in Bildbearbeitungsprogrammen auf den Fotojournalismus auswirkt, darauf wird im folgenden Kapitel eingegangen.

²³¹ Lunenfeld, Peter: Digitale Fotografie. Das dubitative Bild. In: Wolf, 2002, S. 165.

²³² Lister, Martin: Photography in the age of electronic imaging. In: Wells, Liz (Hrsg.): Photography: A Critical Introduction. London/ New York ²2000, S. 313.

5 Digitale Bildmanipulation als Herausforderung für die Medienethik

Hier den Himmel etwas blauer, dort das gesamte Foto etwas abdunkeln, da einen Fußball in das Bild hinein montiert – digitale Bildbearbeitungen zählen heute ganz selbstverständlich zum Berufsbild eines jeden Pressefotografen. Ob der um ein vielfaches einfacheren Bearbeitungsmöglichkeiten, ist die Grenze zwischen vertretbarer Bildoptimierung und medienethisch fragwürdiger Bildmanipulation schnell überschritten. Manipulationen am fertigen Bild sind jedoch nicht erst ein Phänomen der Digitalisierung, sondern waren schon in der Vergangenheit gängige Praxis. Allerdings war die nachträgliche Bildbearbeitung mittels traditioneller Techniken ungleich zeitaufwendiger und schwieriger zu bewerkstelligen, wenn sie vom Leser nicht als Fälschung entlarvt werden sollte. Ein Aufschrei, der erstmals eine breite Diskussion um das Thema „Bildmanipulation“ auslöste, ging Anfang der 1980er-Jahre durch die Öffentlichkeit. Das Zusammenrücken der Pyramiden auf dem National Geographic-Titel im Jahre 1982 wird gerne als „Sündenfall“ für die elektronische Bildmanipulation bezeichnet. Führt doch die verhältnismäßig unspektakuläre Bildbearbeitung erstmals einer breiten Öffentlichkeit die neuen technischen Möglichkeiten vor Augen.²³³ Österreich erlebte im März 1996 einen journalistischen Skandal, als das Nachrichtenmagazin Profil zur visuellen Aufbereitung seiner Titelgeschichte „Des Kaisers neue Kleider“ den Kopf des damaligen österreichischen Bundeskanzlers Franz Vranitzky auf einen nackten Männerkörper montierte. Der Bundeskanzler klagte Profil, worauf eine Verurteilung durch den Presserat folgte: Die Berufspflichten der Presse seien durch die Fotomontage verletzt worden.²³⁴ Dabei wird Titelblättern heutzutage eher eine werbliche denn eine journalistische Funktion zugesprochen. Ein Titel müsse „ein Thema so zuspitzen, daß sich der Leser am Kiosk innerhalb einer Sekunde entscheidet, ich will dieses Produkt haben“ erklärt Dirk Linke, Artdirektor bei Die Woche.²³⁵ Deutsche Medien titelten im Sommer 2005 „Frau Merkel darf nicht

²³³ Büllesbach, Alfred: Digitale Bildmanipulation und Ethik. Aktuelle Tendenzen im Fotojournalismus. In: Grittmann, Elke/ Neverla, Irene/ Ammann, Ilona (Hrsg.): Global, lokal, digital. Fotojournalismus heute. Köln 2008, S. 110.

²³⁴ Vgl. Wolf, 2006, S. 15.

²³⁵ Vgl. Hartmann, Frank: Entscheidend ist die Glaubwürdigkeit. In: Sage & Schreibe. Die Zeitschrift für Medienberufe. Heft 7/1995, S. 8f; Vgl. Kluyver, Urs/ Nobel, Rolf: Die Mundwinkel des Herrn Voscherau. In: FreeLens Magazin, Heft 3/1996, Online unter: <http://www.freelens.com/node/21994/pdf> [Stand: 01.06.2009]

schwitzen“²³⁶ und deckten damit Bildfälscher beim Bayerischen Rundfunk (BR) auf. Kanzlerkandidatin Angela Merkel wurde bei der Eröffnung der Bayreuther Festspiele von einem Fotografen der Deutschen Presse-Agentur (dpa) fotografiert, als sie ins Publikum winkte. Dabei war ein unschöner, aber gut sichtbarer Schweißfleck zu sehen. Die dpa verbreitete das Foto mit Schweißfleck, im Online-Dienst des BR wurde das Foto jedoch ohne Schweißfleck veröffentlicht.²³⁷

„Wenn Medien bei einer digitalen Bildmanipulation erwischt werden, ist der Spott der Konkurrenz zuweilen groß.“²³⁸

In einem weiteren, ähnlichen Fall, unterzog die französische Boulevardzeitung „Paris Match“ ihr Staatsoberhaupt Nicolas Sarkozy einer digitalen Schönheits-OP und retuschierte kurzerhand sein Speckröllchen, das bei einer Bootsfahrt im Urlaub zu sehen war, weg.²³⁹ Die Liste ähnlicher Beispiele könnte hier noch endlos fortgesetzt werden.

„Die schnelle Veränderbarkeit von Bildern dürfte in den Redaktionen auch die Bereitschaft für deren Manipulation fördern“²⁴⁰, stellt Klaus Forster fest.

Die Gründe für Bildmanipulationen und Fälschungen scheinen simpel.

„Der Reiz, Zeitungsenten, Fälschungen und Legenden nicht nur zu erfinden, sondern auch zu verbreiten, ist groß, gilt es doch, in einem täglich sich verschärfenden Konkurrenzkampf um Auflagen und Quoten zu bestehen.“²⁴¹

Wie viele Beispiele beweisen, spekulieren einige Urheber von Bildmanipulationen damit, nicht entlarvt zu werden und verzichten auf eine Kennzeichnung der Bilder. Es ist davon auszugehen, dass oftmals auch schlichtweg Nachlässigkeit der Grund für eine schnelle Montage ist. Tatsache ist, dass mit Hilfe moderner Bearbeitungsprogramme und Routine praktisch jedermann Pressefotos manipulieren kann, ohne dass eine Manipulation schnell aufgedeckt wird, denn schließlich liegt es in der Natur der Sache, dass Bildmanipulationen mit

²³⁶ Maier, Jens: Frau Merkel darf nicht schwitzen. In: stern.de, 27.07.2005, Online unter: <http://www.stern.de/lifestyle/leute/543567.html> [Stand: 11.06.2009]

²³⁷ Vgl. ebenda.

²³⁸ Büllsach, 2008, S. 108.

²³⁹ Vgl. o. A.: Zeitschrift retuschiert Sarkozys Speckrolle weg. In: spiegel.de, 22.08.2007, Online unter: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,501495,00.html> [Stand: 14.06.2009]

²⁴⁰ Forster, Klaus: Rezeption von Bildmanipulationen. In: Knieper/Müller, 2003, S. 72.

²⁴¹ Ulfkotte, Udo: So lügen Journalisten. Der Kampf um Quoten und Auflagen. München 2001, S. 11.

zunehmender Perfektion auch schwieriger zu erkennen sind. Über den Umfang von digitalen Bildmanipulationen in den Medien lässt sich deshalb nur spekulieren.²⁴²

Erste rezipientenorientierte Studienergebnisse ergaben, dass Bildmanipulationen „noch am ehesten bei fotografischen Illustrationen akzeptiert werden“. Möglicherweise, weil Fotoillustrationen nicht vorgeben, reale Ereignisse abzubilden. Auch in Klatschspalten und Human-Interest-Geschichten werden Manipulationen toleriert. Die geringste Akzeptanz finden sie im aktuellen Nachrichten-Teil, denn diesen Pressebildern wird der höchste dokumentarische Charakter beigemessen.²⁴³ Neben der Gefahr der Täuschung der Mediennutzer, haben Wissenschaftler Bedenken, dass die Wahrnehmung von Pressebildern als „reine Gestaltungselemente“ an die Stelle der Pressebild-Wahrnehmung als „journalistisches Produkt“ rückt. Mit dem zunehmenden Bewusstsein für die Möglichkeiten und auch die gängige Praxis von Bildmanipulationen, sieht Paul Lester nicht den naiven Glauben an die Wahrhaftigkeit von Fotografien als problematisch, sondern das Gegenteil: den allgemeinen Manipulationsverdacht. Damit würde auf einen Schlag die Glaubwürdigkeit der Medien und eines ganzen Berufsstandes in Frage gestellt.²⁴⁴

Auf den Authentizitätsbegriff als – in einem weiteren Verständnis – Gegenbegriff zu allen Bildinszenierungen, wurde bereits in Kapitel 3.4 eingegangen und angedeutet, dass es nicht nur um die nachträgliche Bearbeitung von Bildern geht. Wenn man Manipulationsmöglichkeiten im Fotojournalismus problematisiert, muss auch der Entstehungs- und Veröffentlichungsprozess berücksichtigt werden. Passiert das nicht, so Lars Bauernschmitt und Alfred Büllesbach, sei dies nicht nur nachlässig, sondern extrem gefährlich.

„Fotos müssen nicht beschnitten, verfremdet oder montiert werden, um Falschinformationen zu transportieren. Jedes noch so unschuldig wirkende Lichtbild hat die Chance, die größte Lüge an den Betrachter zu bringen, mit oder ohne bewußtem Zutun des Fotografen.“²⁴⁵

Bauernschmitt und Büllesbach führen vor Augen, dass nicht nur bearbeitete Bilder die Macht zu manipulieren besitzen, es gehe auch darum zu hinterfragen, welche Bilder über bestimmte Ereignisse in die Medien gelangen. Ein Paradebeispiel hierfür sind die Fotos aus dem Golfkrieg, deren Aufgabe es war den Eindruck eines

²⁴² Vgl. Büllesbach, 2008, S. 111.

²⁴³ Vgl. Forster, 2003, S. 73.

²⁴⁴ Vgl. ebenda, S. 72f.

²⁴⁵ Bauernschmitt, Lars/ Büllesbach, Alfred: Jedes Bild ist eine Lüge. In: Freelens Magazin, Heft 2/1995, Online unter: <http://www.freelens.com/freelens-magazin-02/jedes-bild-ist-eine-luege> [Stand: 19.06.2009]

„sauberen Krieges“ zu vermitteln. Anlässlich eines Entscheids der Zensoren aus dem Jahr 1943, als das amerikanische Life Magazine keine toten Amerikaner abbilden durfte, konterten die Herausgeber:²⁴⁶

„(...) we think that occasional pictures of Americans who fall in action should be printed. The job of men like Strock [Fotograf des Life Magazine, Anm. d.Verf.] is to bring the war back to us, so that we who are thousands of miles removed from the danger and the smell of death may know what is at stake. (...) Why should the home front be coddled, wrapped in cotton wool, protected from the shock of the fight?“²⁴⁷

Nicht nur in Kriegs-Situationen entscheiden Fotografen oftmals nicht selbst, was und wie sie ein Ereignis bebildern.

„Täglich werden den Fotografen Bilder und Situationen präsentiert, die nur entstanden sind, um fotografiert und veröffentlicht zu werden.“²⁴⁸

Außer Frage steht, dass Bildmanipulationen im Fotojournalismus gekennzeichnet werden sollten. Darüber ist sich das gesamte Berufsfeld Journalismus sowie die Wissenschaft weitgehend einig. Sobald allerdings die Frage nach Regulierungsmaßnahmen oder sogar Sanktionen gestellt wird, geht es darum zu bestimmen, wo die Grenze zwischen harmloser Bildoptimierung und falsche Tatsachen vortäuschende Bildmanipulation liegt. Auch ist die Form der Regulierung fotojournalistischer Fehlritte ein wesentliches Thema, dass zwar in Deutschland ein wichtiger Punkt zu sein scheint, in Österreich jedoch Aufholbedarf besteht (siehe dazu Kapitel 6). Anhand einer begrifflichen Definition und historischen und aktuellen Beispielen soll versucht werden eine klare Grenze zu ziehen.

²⁴⁶ Vgl. Goldberg, 1991, S. 196f.

²⁴⁷ Ebenda.

²⁴⁸ Ebenda.

5.1 Definition und Abgrenzung des Begriffs „Manipulation“

Bei der Beschäftigung mit Bildmanipulationen im Fotojournalismus, stößt man unweigerlich auf verwandte oder ähnliche Begriffe. So ist in unterschiedlichen Kontexten von Manipulation, Fälschung, Fakes oder auch Zeitungsenten die Rede. Manipulation stammt vom lateinischen Wort „manipulus“ und bedeutet Handhabung.²⁴⁹ In ihrer gängigsten, soziologischen Verwendung sind Täuschung und Manipulation mit negativen Konnotationen besetzt.²⁵⁰

„Die Manipulation ist eine Form der Beeinflussung, die dies möglichst unauffällig bewerkstelligen möchte, ohne dass der Adressat es merkt.“²⁵¹

Wichtig ist zwischen bewusster und unbewusster Manipulation zu unterscheiden, denn jede bewusste Manipulation ist eine Fälschung.²⁵²

„Für die Bildbearbeitung gilt, dass Fotos als gefälscht klassifiziert werden, die durch das absichtsvolle Hinzufügen oder Beseitigen von Bildelementen die Spuren des abgelichteten Gegenstandes verändern.“²⁵³

Zentrales Merkmal ist demnach die Absicht den Betrachter zu täuschen. In Abgrenzung zur Lüge²⁵⁴ expliziert Rudolf Lütke den Begriff der Täuschung folgendermaßen:

„Eine Täuschung liegt nur dann vor, wenn der Autor einen von ihm als unwirklich angenommenen Sachverhalt als einen tatsächlich gegebenen darstellt, und zwar in der Absicht, im Betrachter ein falsches Bild von der Wirklichkeit zu erzeugen.“²⁵⁵

²⁴⁹ Vgl. Macias, 1990, S. 65.

²⁵⁰ Vgl. Schicha, Christian: Ein neues Gesicht für Angela Merkel oder Bildbearbeitung zwischen Aufklärung und Manipulation. In: Zfkm – Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik. 8. Jg., Heft 1/2006, S. 91-98;

²⁵¹ Schicha, Christian: Alles Lüge? Formen der Bildmanipulation und ihre zulässigen Grenzen. In: Medienimpulse, Heft 54/2005, Online unter: http://www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/diverse/54_Schicha-Alles_Luege.pdf [Stand: 19.06.2009]

²⁵² Vgl. ebenda.

²⁵³ Ebenda.

²⁵⁴ „X für U – Bilder, die lügen“ nennt sich eine Wanderausstellung der Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland in Kooperation mit der Bundeszentrale für politische Bildung. Die Ausstellung fragt nach der Objektivität von Bildern und zeigt Grundmuster der Manipulation von und mit Bildern. Roland Lütke weist auf das schwierige Verhältnis zwischen Täuschung und Lüge hin und verdeutlicht dies an den Begriffspaaren Täuschung – Wirklichkeit und Lüge – Wahrheit. Wobei er im Kontext der Bildmanipulationen den Täuschungsbegriff als angemessener betrachtet, als den der Lüge.

²⁵⁵ Lütke, Rudolf: Die Wirklichkeiten der Bilder. Philosophische Überlegungen zur Wahrheit bildlicher Darstellungen. In: Liebert, Wolf-Andreas/ Metten, Thomas (Hrsg.): Mit Bildern lügen. Köln, 2007, S. 53.

Der englische Begriff „fake“ bedeutet im Deutschen Fälschung, wird aber auch mit „Verschleierung“, „Heucheln“, „Vortäuschen“ und „Erfinden“ übersetzt. Seit Anfang der 90er Jahre werden beide Begriffe, Fake und Fälschung, synonym verwendet.

„Das augenzwinkernd implizierte konspirative Wissen um einen geschickten, witzigen Akt der Täuschung scheint ein ‚Fake‘ zu bezeichnen, während nach der Entschleierung eines Betrugs eher verurteilend von ‚Fälschung‘ die Rede ist.“²⁵⁶

„Fälschung“ bzw. die mit Täuschungsabsicht verbundene Manipulation scheint schwerer zu wiegen als ein „Fake“. In der wissenschaftlichen Sprache rund um die Bearbeitung von Bildern, hat sich der Begriff der Manipulation eingebürgert. Clemens Albrecht unterscheidet drei verschiedene Arten von Lügen durch Bilder: Materialfälschung, Kontextfälschung und Interpretationsfälschung.²⁵⁷ In der vorliegenden Arbeit liegt der Fokus auf der Materialfälschung.

5.2 Historische Beispiele für Bildmanipulation

„Nicht in der Technik der Retusche, sondern in ihrer Anwendung liegt die Lüge, in ihrer Instrumentalisierung.“

Hannes Haas, 1990

Die Bildfälschung ist so alt wie die Fotografie selbst. Die erste Bildfälschung datiert aus dem Jahr 1840, gerade einmal ein Jahr nach der Erfindung der Fotografie und wird dem Franzosen Hippolyte Bayard (1801-1887) zugeschrieben. Bayard entwickelte unabhängig von Daguerre ein eigenes Verfahren, um Bilder direkt als Positiv auf Papier zu bringen, das so genannte „Direkt-Positiv-Verfahren“. Während Daguerre seine Erfindung veröffentlichte, blieb die Anerkennung für Hippolyte Bayard aus. Daraufhin nahm er als Protest ein Selbstportrait auf, das ihn als Ertrunkenen darstellt.²⁵⁸ Auf die Rückseite schrieb er:

²⁵⁶ Römer, Stefan: Der Begriff des Fake. Dissertation, Berlin 1998, S. 7, Online unter: <http://edoc.hu-berlin.de/dissertationen/roemer-stefan-1998-07-09/PDF/Roemer.pdf> [Stand: 19.06.2009]

²⁵⁷ Vgl. Albrecht, Clemens: Wörter lügen manchmal, Bilder immer. Wissenschaft nach der Wende zum Bild. In: Liebert/ Metten (Hrsg.), 2007, S. 29ff.

²⁵⁸ Vgl. Lester, 1999, Online unter: <http://commfaculty.fullerton.edu/lester/writings/pjethics.html> [Stand: 20.06.2009]; Vgl. Wheeler, 2002, S. 15.

„The Government, which has supported A. Daguerre more than is necessary, declared itself unable to do anything for M. Bayard, and the unhappy man threw himself into the water in despair.“²⁵⁹

Eine Bildfälschung in zweierlei Hinsicht, denn zum einen war es Bayard's Intention seinen Tod vorzutäuschen und damit eine Fehlinformation zu verbreiten. Diesen Eindruck erhärtet darüber hinaus die falsche Bildbeschriftung.²⁶⁰

In der Literatur finden sich unzählige Beispiele von Fälschungen der „vor-digitalen Ära“. In der amerikanischen Geschichte der Bildmanipulationen dominieren Namen wie Oscar Gustave Rejlander, der schon 1857 Fotografien aus 30 separaten Negativen zu einem Bild „mit dokumentarischer Qualität“ montierte²⁶¹ - so genannten Komposografien - oder Mathew Brady bzw. seines Angestellten Alexander Gardner. Beide montierten und komponierten Bilder während des Bürgerkriegs. Als eines der bekanntesten, aus drei Negativen zusammengesetzten Bilder sei hier „The Harvest of Death Gettysburg, 4. Juli 1863“ von Alexander Gardner genannt.²⁶²

5.2.1 Die Zerstörung der Erinnerung: Historische Retuschen

„Die ersten Fotografen waren verhinderte Maler (...). Als sie versuchten, die Aufnahmemängel zu beheben – Staubkörner, Gelatinestückchen, Splitter von zerbrochenem Glas -, entdeckten sie, daß Pinsel und Deckfarbe Wunder wirkten. (...) [Der geschickte Künstler] retuschierte Falten und Pickel weg und verbannte auf Verlangen den skandalumwitterten Onkel (...).“²⁶³

Die Gründe für Bildmanipulationen waren nicht nur ästhetischer Natur, sondern wurden in totalitären Systemen gerne für politische Zwecke genutzt. Alain Jaubert (1989) und David King (1997) listen eine Reihe an Beispielen, in denen Machthaber durch gezielte Manipulation versuchten das Volk zu täuschen.

Schon im Altertum wurden Gesichtsprofile auf Münzen geprägt, um dem Volk so ständig vor Augen zu führen, wer die Macht im Staat hatte. Nach Staatsstreichen wurden alle Bilder und Skulpturen des gestürzten Herrschers vernichtet, Münzen

²⁵⁹ Lester, 1999.

²⁶⁰ Vgl. ebenda.

²⁶¹ Vgl. Lester, 1999; Vgl. Rosler, Martha: Bildsimulationen, Computermanipulationen: Einige Überlegungen. In: Amelunxen, Hubertus v.: Theorie der Fotografie 1980-1995 (Band 4). München, 2000, S. 129-170.

²⁶² Zahlreiche Fälschungen, Lügen und Verschwörungen auf Kunst, Historie, Wissenschaft und Literatur finden sich in Werner Fuld's „Lexikon der Fälschungen“.

²⁶³ Jaubert, Alain: Fotos, die lügen. Politik mit gefälschten Bildern. Frankfurt a. M. 1989, S. 9.

eingeschmolzen. „Damnatio memoriae“, die Zerstörung der Erinnerung, nannten die Römer diesen Vorgang.²⁶⁴

In Ungnade gefallene Personen aus dem Gedächtnis der Öffentlichkeit zu eliminieren, war auch das Ziel in der Sowjetunion. Offizielle Bilder wurden durch das Personal in den Bibliotheken entsprechend manipuliert, aber auch Privatpersonen mussten die jeweilige Person entfernen. Kontrolliert wurde dies durch Razzien mit Bücherkontrolle.²⁶⁵

„Auf diese Weise wird die Bildmanipulation zum verlängerten Arm der Hinrichtung, welche lange über den Tod hinaus ihre Macht demonstriert.“²⁶⁶

Einige tausend Personen wurden in der Sowjetunion von offiziellen Fotografien verbannt. Trotzki war eines der prominentesten Opfer dieser sowjetischen Zensur.²⁶⁷ Am 5. Mai 1920 spricht Lenin von einem Holzpodium, das vor dem Bolschoi-Theater in Moskau errichtet worden war. Die Truppen sind kurz vor dem Abmarsch zur polnischen Front, wo sie gegen die zuvor eingefallene polnische Armee kämpfen sollen. Am Fuße der Rednertribüne stehen Trotzki und Kamenew, die ebenfalls das Wort ergreifen. Nachdem die beiden in Ungnade gefallen waren, kursieren zwei Varianten desselben Fotos²⁶⁸: Auf einem ist nur noch ein Ausschnitt des ursprünglichen Bildes mit einem vergrößerten Lenin zu sehen, ein anderes Bild zeigt die Gesamtansicht, bei der die unerwünschten, späteren Regime-Gegner wegetuschiert wurden.²⁶⁹

²⁶⁴ Vgl. August, Hans-Jürgen: Der manipulierte Blick. 16. April 1999, Online unter: <http://www.wienerzeitung.at/Desktopdefault.aspx?tabID=3946&alias=wzo&lexikon=Medien&letter=M&ob=6918> [Stand: 20.06.2009]

²⁶⁵ Deussen, Oliver: Bildmanipulation. Wie Computer unsere Wirklichkeit verzerren. Berlin/ Heidelberg 2007, S. 34.

²⁶⁶ Ebenda.

²⁶⁷ Vgl. Jaubert, Alain: Fotos, die lügen. Politik mit gefälschten Bildern. Frankfurt a. M. 1989, S. 17ff.

²⁶⁸ Quelle: Jaubert, 1989, S. 32.

²⁶⁹ Vgl. Hömberg, Walter: Zur Geschichte der Bildmanipulation. Auch Bilder können lügen. In: Sage & Schreibe. Die Zeitschrift für Medienberufe. Heft 7/1995, S. 10; Vgl. King, David: Stalins Retuschen. Foto- und Kunstmanipulationen in der Sowjetunion. Hamburg 1997, S. 67ff.



Abb. 4: Lenin mit Trotzki und Kamenew, 1920 (G. P. Goldstein)



Abb. 5: Trotzki und Kamenew wegretuschiert

Aber auch im Dritten Reich war man nicht zimperlich und so schrieb Adolf Hitler die Geschichte wie sie ihm gefiel. Opfer des Diktators war lange Zeit Josef Goebbels, der aus Bildern herausretuschiert wurde. Die Abbildungen 6 und 7 zeigen Hitler mit (von links nach rechts) Heinz Riefenstahl, Dr. Ebersberg, Leni Riefenstahl, Joseph Goebbels und Ilse Riefenstahl. In einer späteren Version des Bildes wurde Goebbels entfernt.²⁷⁰

²⁷⁰ Quelle: Deussen, 2007, S. 37.



Abb. 6: Adolf Hitler bei der Familie Riefenstahl, 1937



Abb. 7: Adolf Hitler bei Familie Riefenstahl (ohne Goebbels)

Der italienische Diktator Mussolini ist auf einem Bild vom 29.6.1942 in Tripolis auf einem Pferd mit dem goldenen Schwert des Islam abgebildet. Ursprünglich hielt ein Stallknecht das Pferd an den Zügeln fest, für das offizielle Foto wurde er wegetuschiert. Es sollte nicht der Eindruck entstehen, dass der Diktator Hilfestellung benötige.²⁷¹

Von den europäischen Diktaturen bis China und Kuba war es üblich, mittels Retusche, Ausschnitt und Vergrößerung ein bestimmtes Bild der Machthaber zu zeichnen und zu verbreiten.²⁷²

²⁷¹ Vgl. Schicha, 2006, S. 93.

²⁷² Einen umfassenden Überblick über historische Retuschen bietet Jaubert (1989)

5.2.2 Techniken der Bildmanipulation vor der Digitalisierung

Bevor Bilder am Computer einfach und von jedem bearbeitet werden konnten, hantierten Bildfälscher unter anderem mit Pinsel und Deckfarbe. Im Folgenden werden die wichtigsten Techniken zur Bildmanipulation der vor-digitalen Ära zusammengefasst.²⁷³

1. Die Retusche

Mittels Retusche wurden die „unfreiwilligen kleinen Lächerlichkeiten“, unschöne Einstellungen der Machthaber sowie störende Gegenstände entfernt. Auch unliebsame Ehefrauen und zu verbergende Geliebte wurden von Fotografien eliminiert. In der Sowjetunion und in China wurden die Gesichter der Führer durch geglättete Haut, unsichtbare Poren und kaum erkennbare Schatten zu Ikonen stilisiert.²⁷⁴

2. Die Abhebung

Wichtige Personen mussten sich vom Hintergrund abheben und so wurde mittels diskreter Pinselstriche der Held von der übrigen Umgebung abgehoben. So wurden zweitrangige Persönlichkeiten wegretuschiert oder privilegierte Beziehungen zwischen einzelnen Personen hervorgehoben.²⁷⁵

3. Der Ausschnitt

Durch Ausschneiden wurden Personen zusammengeführt, die entweder weit auseinander oder auf verschiedenen Fotos standen. Während die Abhebung meist nichts an der Beziehung der Personen zueinander ändert, ermöglichte die Montage die Bildaussage zu verändern. Jaubert unterscheidet zwischen der getürkten Fotografie, die als echt verkauft wird, und der Fotomontage, die zumeist offensichtlich als solche erkennbar ist.²⁷⁶

In Zusammenhang mit dem Ausschnitt muss an dieser Stelle auch das „Cropping“ angeführt werden. Dabei geht es nicht darum Bildelemente auszuschneiden, sondern nach der Aufnahme einen bestimmten Bildausschnitt zu veröffentlichen. Mit dem Argument, dass ein bestimmter Bildausschnitt schon vor der Aufnahme vom Fotografen festgelegt werden kann, wird „Cropping“ meist nicht zu den Techniken

²⁷³ Vgl. Jaubert, 1989, S. 10ff.

²⁷⁴ Vgl. ebenda.

²⁷⁵ Vgl. ebenda, S. 11.

²⁷⁶ Vgl. ebenda, S. 11f.

der Bildmanipulation gezählt. Im Gegenteil, „Cropping“ gilt als Instrument zur Unterstreichug einer Bildaussage wie Edmond Arnold, ein Pionier des modernen Zeitungsdesign, betont:²⁷⁷

„Crop ruthlessly (...) Cut out anything that’s not essential to the picture, so that the reader’s attention won’t be distracted or wasted. Ruthless cropping leads to stronger images.“²⁷⁸

4. Die Ausschnittvergrößerung

Die Wahl des Ausschnitts obliegt in der Regel dem Fotografen und wird normalerweise nicht als manipulativ wahrgenommen. Im politischen Kontext ist sie oft probates Mittel, um Personen zu tilgen.²⁷⁹

5. Das Wegretuschieren

Um Menschen vollständig aus Fotos zu entfernen, wurde an ihre Stelle der Hintergrund ergänzt oder eine andere Person eingefügt. Manchmal werden Bilder auch auseinander geschnitten und neu zusammen gefügt. Dabei kann es passieren, dass Zehen aus dem Nichts hervorlugen.²⁸⁰

Obwohl diese historischen Manipulationen meist sehr präzise durchgeführt wurden, wirken mechanisch vorgenommene Schnitte in der Regel „irgendwie nicht stimmig“. ²⁸¹

5.3 Grenzen überschreitender Fotojournalismus heute

Wie im vorangegangenen Kapitel erklärt wurde, ist die Erfindung der Fotografie praktisch gleich zu setzen mit der „Geburt der Bildmanipulation“, wenngleich sich die Techniken und Möglichkeiten geändert haben. Während manuelle Eingriffe in Fotografien zum Teil durch das geschulte Auge noch erkennbar waren, macht es digitale Fotografie schwerer, Manipulationen zu erkennen.²⁸² Ursprünglich war es ein Anliegen für diese Arbeit einen Fokus auf Beispiele aus Österreich zu legen,

²⁷⁷ Vgl. Kóbré, Kenneth: Photojournalism. The professionals’ approach. Stoneham ²1991, S. 189.

²⁷⁸ Ebenda.

²⁷⁹ Vgl. Jaubert, 1989, S. 12f.

²⁸⁰ Vgl. ebenda, S. 13ff.

²⁸¹ Vgl. Niemann, Annette: Das Recht des Bildes. Untersuchungen zu Auswirkungen der Digitalisierung auf den Urheberrechtsschutz in der Bildbranche (= Materialien zur Information und Dokumentation, Bd. 6). Potsdam 1998, S. 94.

²⁸² Vgl. Miener, 2003-2004, S. 70ff.

allerdings ist die Zahl der gefundenen Exempel zu gering. An dieser Stelle ist es wichtig noch einmal darauf hinzuweisen, dass das Hauptaugenmerk nicht auf Ästhetisierungen liegt, sondern speziell medienethisch fragwürdige Bildmanipulationen im Nachrichtenjournalismus interessieren. Aus diesem Grund wurde die Suche auf den deutschsprachigen Raum ausgedehnt und vereinzelt auch US-amerikanische Beispiele in die Arbeit integriert. Ziel und von Vorteil ist es nunmehr, mit Hilfe der Spruchpraxis des Deutschen Presserats als Orientierung, eine Grenze zwischen Bildbearbeitung und -manipulation zu ziehen.

Die gängigste und für den Fotojournalismus brauchbarste Definition versteht unter Bildmanipulation „die mit einer Täuschungsabsicht verbundene intentionale Veränderung von Informationen durch Auswahl, Zusätze oder Auslassungen.“²⁸³ An den folgenden Beispielen wird deutlich, dass Manipulationen heute vor allem dazu eingesetzt werden, um zu dramatisieren, zu verdichten und Wirkungen zu erhöhen und nicht wie in der Vergangenheit, mit politischen Manipulationsabsichten verbunden sind.²⁸⁴

5.3.1 Digitale Techniken der Bildmanipulation

Dino Brugioni unterscheidet fünf Arten der Bildmanipulation:²⁸⁵

1. Löschen von Informationen:

Bestimmte Bildelemente, Gegenstände im Hintergrund oder in der Bildmitte platzierte Personen werden entfernt und an ihrer Stelle der Hintergrund weitergezeichnet. Darunter fällt auch das Freistellen von Personen oder Gegenständen, wobei der Hintergrund entfernt wird.

2. Einfügen von Informationen:

Bildelemente werden entweder aus einem anderen Kontext herausgeschnitten und angepasst oder es werden neue Bildelemente digital generiert und eingefügt. Der Übergang zur Montage ist fließend.

²⁸³ Forster, 2003, S. 66.

²⁸⁴ Vgl. Leifert, 2007, S. 220.

²⁸⁵ Vgl. Brugioni, Dino A.: Photo Fakery. The History and Techniques of Photographic Deception and Manipulation, Dulles 1999, Zit. nach: Leifert, 2007, S. 220ff; Vgl. Schicha, 2005, S. 10ff.

3. Fotomontage:

Bei der Montage werden verschiedene fotografische Elemente zu einem Bild zusammengefügt. Es können drei Typen der Montage unterschieden werden: Erstens können zwei oder mehrere Fotos aneinander oder zweitens übereinander gelegt werden und drittens gibt es die „Komposografie“, bei der zwei oder mehrere Fotografien zu einem völlig neuen Bild verschmelzen.

Leifert weist jedoch auch auf eine spezielle Form der Montage hin, die nicht die Absicht hat unentdeckt zu bleiben und daher auch keine Irreführung des Betrachters darstellt. Überzeichnete, satirische Darstellungen spielen oft mit der Möglichkeit Köpfe auf fremde Körper zu setzen, Gesichter künstlerisch zu verändern oder Personen in fiktive Situationen zu versetzen. Ähnlich wie Karikaturen zielen diese Montagen nicht darauf ab eine falsche Illusion einer bestimmten Bildinformation zu wecken, sondern die Wirklichkeit zu verspotten und satirisch zu überspitzen.²⁸⁶

4. Falsche Beschriftung:

Ein Bild wird entweder im Kontext und zur Illustration eines Berichts benutzt, der nichts mit dem Bild zu tun hat oder einzelne Bildelemente werden falsch beschriftet. Darunter fällt auch die Verwendung älterer Aufnahmen, ohne diese als Archivbild zu kennzeichnen.

5. Inszenierte Fotografie:

Auf den Begriff der Inszenierung als Gegenbegriff zu Authentizität wurde bereits weiter oben in der vorliegenden Arbeit eingegangen. Der Begriff kann sowohl die Inszenierung von Ereignissen bis zur Fälschung²⁸⁷ auf Seite des Bildproduzenten meinen, schließt aber auch das bewusst auf die Berichterstattung ausgerichtete Arrangieren von Ereignissen derer ein, die auf den Bildern zu sehen sind. Ob eine Szene mit Absicht nur für den Fotografen gestellt wurde oder eine Szene beispielsweise durch Nachstellen wiederholt wird, ist nicht zu überprüfen.

„Die Grenze zwischen gestelltem Bild und Fälschung lässt sich kaum ziehen. Beide retuschieren die Realität, beide zielen auf Täuschung der Öffentlichkeit, beide umgibt der Ruch des Skandals.“²⁸⁸

²⁸⁶ Vgl. Leifert, 2007, S. 221.

²⁸⁷ Vgl. zum Thema „Bildfälschung“ den Fall des deutschen Filmemachers Michael Born, der im Dezember 1996 zu vier Jahren Haft verurteilt wurde. Jäger knallen Katzen ab – das rührte Tierschützer, Schlepper bringen Asylbewerber illegal über die Grenze – Aufschreie garantiert, der Ku-Klux-Klan verbrennt Bücher – das erregte. Zahlreiche deutsche Fernsehmagazine von Spiegel-TV, SternTV, WDR sowie VOX und DRS kauften, was Quote versprach. Doch Borns Geschichten waren frei erfunden, angeblich authentische Szenen nachgestellt.

²⁸⁸ Fabian, Rainer: Die Fotografie als Dokument und Fälschung. München 1976, S. 54.

In der Fachliteratur wird auf die Techniken der Bildmanipulation zum Teil noch detaillierter eingegangen. So sind die oben genannten fünf Techniken noch um die Ästhetisierung von Bildelementen, Spiegelung sowie die Veränderung von Farbe, Ton oder Schärfe zu ergänzen. Die Bandbreite der digitalen Bildbearbeitung ist nahezu grenzenlos, es kann kombiniert, montiert, gespiegelt, eingefärbt, verzerrt, verwischt, gedreht, freigestellt, verkleinert, vergrößert und gezoomt werden.²⁸⁹

Wie diese Techniken im Fotojournalismus eingesetzt werden, um Bildaussagen zu verfälschen und damit Mediennutzer zu täuschen, soll im folgenden Kapitel anhand von Beispielen gezeigt werden.

²⁸⁹ Vgl. Bülow, Heinz: Spaß mit digitalen Fotos. Die besten kreativen Ideen. Augsburg 2002.

5.3.2 Die Instrumentalisierung von Photoshop & Co.: Aktuelle Beispiele manipulativer Bildbearbeitung

5.3.2.1 Beispiel 1: O.J. Simpson

Eine Welle der Kritik schlug 1994 hoch, als aufgedeckt wurde, dass das Magazin *Time* das Gesicht des afroamerikanischen Football-Spielers O.J. Simpson auf dem Titelcover vom 27. Juni 1994 verdunkelt hatte und seinen Blick veränderte. Durch diese Bildmanipulation wirkte der potenzielle Straftäter, dem der Mord an seiner Frau und deren Freund vorgeworfen wurde, noch bedrohlicher und „dämonisierte“ ihn. Enthüllt wurde der Fall, da *Newsweek* im gleichen Zeitraum ein identisches, aber nicht bearbeitetes Bild veröffentlichte.²⁹⁰ Die „schlichte“ *Veränderung der Helligkeit*, hat hier die Bildaussage völlig verändert.²⁹¹



Abb. 8: O.J. Simpson auf den Titelcover von Newsweek und Time, 1994

²⁹⁰ Vgl. Schicha, Christian: Ein neues Gesicht für Angela Merkel oder Bildbearbeitung zwischen Aufklärung und Manipulation. In: Zfkm – Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik. 8. Jg., Heft 1/2006, S. 91-98; Vgl. Clayssen, Jacques: Digitale (R-) Evolution. In: Amelunxen, Hubertus/ Iglhaut, Stefan/ Rötzer, Florian (Hrsg.): Fotografie nach der Fotografie. Dresden/ Basel 1996; Vgl. Gross, Larry/ Katz, John Stuart/ Ruby, Jay (Hrsg.): Image Ethics in the Digital Age. Minneapolis 2003, S. VIII.

²⁹¹ Quelle: <http://thislooksshopped.com/?p=346> [Stand: 02.07.2009]

5.3.2.2 Beispiel 2: Prominente in der Yellow Press

Im Bereich der „Yellow Press“ findet man zahlreiche Beispiele für *Fotomontagen*, welche falsche Tatsachen suggerieren. So wurden Prinzessin Stephanie von Monaco 1992, als sich deren Schwangerschaft hinzog, insgesamt 12 verschiedene Babys in den Arm gelegt mit einer Gemeinsamkeit: Keines war das leibliche Kind der werdenden Mutter. Dass Köpfe optimal ins Layout gepasst werden und bei Bedarf auch gedreht werden, ist kein Geheimnis. Im Sommer 1997 erregte der britische *Mirror* mit eben dieser Technik der Bildmanipulation, einer *Spiegelung*, die Gemüter. Auf der Titelseite des *Mirror* vom 9. August 1997 sind Lady Diana und ihr Freund Dodi al-Fayed, sich küssend bei einer Bootsfahrt zu sehen. Tatsächlich erhielt Dodi al-Fayed Kopf im Computer einen „Rechts-links-Schwenk“, wodurch „The picture they all wanted“ entstand.²⁹²

Nach diesem Vorfall verkündete die Press Complaints Commission (PCC), die der freiwilligen Selbstkontrolle der Medien dient, eine Verschärfung der Richtlinien. Die Abbildung zeigt deutlich, wie *The Mirror* zu diesem Foto kam:²⁹³



Abb. 9: Lady Diana und Dodi als küssendes Paar, 1997

²⁹² Vgl. Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, 2003, S. 78f; Vgl. Schicha, 2005, S. 14.

²⁹³ Quelle: Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, 2003, S. 79.

5.3.2.3 Beispiel 3: Blut statt Wasser – Anschlag in Luxor

„Ein Land wie im Krieg“ titelte im November 1997 das Schweizer Boulevardblatt *Blick*, als es über das Bombenattentat im ägyptischen Theben berichtete. Blutrot zieht sich eine Spur durch das Bild bis zum Tempel der Hatschepsut. Damit wurde das Ausmaß des Terroranschlags islamischer Fundamentalisten unnötig sensationalisiert. Aufgedeckt wurde die Veröffentlichung der Bildmanipulation durch die konkurrierende *SonntagsZeitung*.²⁹⁴ Ähnlich wie bei den vorangegangenen Beispielen hatte hier die *Änderung der Farbe* eine sensationellere Darstellung zur Folge und verfälschte die Bildaussage.²⁹⁵



Originalfoto von Associated Press, 17. November 1997.



Digitale Manipulation macht aus der Wasserpfütze eine Blutlache.
Blick, 19. November 1997.

Abb. 10: Aus Wasser wurde Blut vor dem Tempel in Luxor, 1997

²⁹⁴ Vgl. ebenda, S. 22.

²⁹⁵ Quelle: Ebenda, S. 22.

5.3.2.4 Beispiel 4: Gewaltdemonstration

Eine der bekanntesten digitalen Bildmanipulationen in Österreich wurde von der *Neuen Kronen Zeitung* am 5. Februar 2000 vorgenommen. Ein Demonstrant, der mit einem Stock auf eine Absperrung schlägt, wurde kurzerhand ein Stück weiter nach rechts gerückt. Heraus kam ein Pressefoto auf der Titelseite der Wochenendausgabe, das ein hartes Vorgehen der Polizei auf dieser Gewaltdemo zu rechtfertigen schien.²⁹⁶ Die *Neue Kronen Zeitung* berichtete über eine Anti-Haider-Demonstration, auf der die Polizei laut Augenzeugen mit Obst und Gemüse beworfen wurde und es Verletzte gab. Entlarvt wurde das österreichische Boulevardmedium von der Tageszeitung *DerStandard*, der unter der Schlagzeile „'Gewaltorgie': Original und ‚Krone‘-Version“ folgendes schrieb:

„Befremdet waren Fotografen von ‚Reuters‘ über das am Samstag am Cover der ‚Kronenzeitung‘ (...) prangende, angebliche ‚Reuters‘-Bild. Ein Demonstrant war, im Vergleich zum Original (...), nach rechts gerückt, sein Stock zeigte auf den Körper eines Polizisten. Ein Verweis ‚Foto-Montage‘ fehlte.“²⁹⁷

Diese Abbildung verdeutlicht, dass hier im Wortsinn „Hand angelegt“, also manipuliert, wurde.²⁹⁸



Abb. 11: Demonstration im Original und am *Krone*-Cover, 2000

²⁹⁶ Vgl. Jansen, Maria: Achtung [M]anipulation!. In: *FreeLens Magazin*, 12, 2000, S. 20.

²⁹⁷ *Der Standard* vom 7. Februar 2000.

²⁹⁸ Quelle: *Der Standard* vom 7. Februar 2000, Foto Reuters/Föger.

Im Online-Portal von *DerStandard* entbrannte unterdessen eine heftige Diskussion unter den Lesern. Nach nur einer Woche entschuldigte sich die *Neue Kronen Zeitung* bei ihren Lesern.²⁹⁹

„Das ist eine ungewöhnlich schnelle Reaktion für eine Redaktion, die für die Steigerung der Auflage sonst nicht davor zurückschreckt, sich Klagen beim österreichischen Presserat einzufangen“³⁰⁰, bemerkt Maria Jansen, die den Fall in ihrem Beitrag „Achtung [M]anipulation!“ erläutert.

Den Vorwurf die Manipulation aufgrund ihrer politischen Gesinnung vorgenommen zu haben, dementierte die *Neue Kronen Zeitung*. Aufgrund eines „bedauerlichen Missverständnisses“ sei das ursprünglich querformatige Foto nachts reprototechnisch so verzerrt worden, dass der Demonstrant näher zum Polizisten gerückt wurde. Die Montage sei ohne das Wissen der Chefredaktion geschehen.³⁰¹ Durch das *Zusammenrücken zweier Bildelemente* entstand eine noch brisantere Botschaft, die letztlich ein Bild von einem Ereignis wiedergab, das so nicht geschehen war.

5.3.2.5 Beispiel 5: Deutscher Politiker auf Demonstration

Als vierte Form der Bildmanipulation führt Brugioni die *falsche Beschriftung* an, die – wie das Bild – großes Potenzial zur Täuschung besitzt. Hier wird zwar nicht direkt in das Bildobjekt eingegriffen, es soll jedoch an diesem Beispiel die Vielfalt von Bildmanipulationen auch abseits des direkten Eingriffs demonstriert werden. Die deutsche *Bild*-Zeitung veröffentlichte 2001 einen Artikel mit der Überschrift „Was machte Minister Trittin auf dieser Gewalt-Demo?“. Darin ging es um die vermeintliche Teilnahme Jürgen Trittins an einer Demonstration im Juli 1994 in Göttingen. Dem Artikel wurde ein etwas verschwommenes Foto beigelegt, das dem *Sat. 1 Regionalreport Niedersachsen* entnommen wurde. Im Vordergrund des Bildes ist Trittin zu sehen, im Hintergrund verummte Personen. Die *Bild*-Zeitung beschriftete ein Absperrseil mit dem Hinweis „Schlagstock“ und einen Autodachgepäckträger mit „Bolzenschneider“.³⁰²

²⁹⁹ Vgl. Jansen, 2000, S. 20.

³⁰⁰ Ebenda.

³⁰¹ Vgl. ebenda.

³⁰² Quelle: Müller, 2003, S. 102.



Abb. 12: Minister Trittin auf Gewalt-Demo mit falscher Beschriftung, 2001

Und wieder deckte ein anderes Medium – in diesem Fall die *Hamburger Morgenpost* – die Bildmanipulation auf. Umweltminister Jürgen Trittin reichte Beschwerde beim Deutschen Presserat ein. Er erklärte sich außerhalb der Absperrung befunden zu haben und das Foto bewusst den Eindruck erwecken sollte, dass er dazu gehöre. Die Chefredaktion der Zeitung entschuldigte sich für die Beschriftung persönlich, woraufhin die laufenden rechtlichen Auseinandersetzungen beendet wurden. Der Deutsche Presserat sprach der *Bild*-Zeitung eine öffentliche Rüge aus.³⁰³

5.3.2.6 Beispiel 6: Gefälschtes Bild aus dem Irak-Krieg

In den USA belegen Fälle, dass Fotojournalisten – verstoßen sie gegen die Redaktionsrichtlinien – entlassen werden. Ein Beispiel hierfür ist der Fotograf Brian Walski, der seit 1998 für die *Los Angeles Times* tätig war. Trotz Ausnahmesituation gelten auch für die Kriegsberichterstattung dieselben Regeln: Die Berichterstattung muss schnell gehen, die Bilder müssen interessant sein, denn sie sind Aufmerksamkeits-Ware. Brian Walski hatte aus dem Irak ein Foto geschickt, dass

³⁰³ Vgl. Leifert, 2007, S. 232ff; Vgl. Müller, 2003, S. 89ff.

die *Los Angeles Times* in der Montagsausgabe am 31. März 2003 veröffentlichte. Es zeigte einen britischen Soldaten an der Brücke über den Al-Zubayr-Kanal in der Nähe von Basra, der irakischen Zivilisten mit der Hand ein Zeichen gab in Deckung zu bleiben, um sich vor dem Beschuss des irakischen Militärs zu schützen. Nach der Publikation stellte die *New York Post* fest, dass einige der Zivilisten zwei Mal auf dem Foto zu sehen sind. Brian Walski gab aus dem Irak zu *zwei Aufnahmen miteinander kombiniert* zu haben, um die „Komposition“ zu verbessern. Die *Los Angeles Times* reagierte mit einer umfassenden Information der Leser, wie die Manipulation entstand und erklärte darauf hin, dass gemäß den eigenen Richtlinien Fotos nicht bearbeitet werden.³⁰⁴ Die Abbildungen zeigen deutlich, dass zwei Aufnahmen zu einem Bild kombiniert wurden.³⁰⁵



Abb. 13: Das Bild auf der Titelseite der Los Angeles Times, 2003
(Brian Walski)



Abb. 14: Brian Walski machte aus zwei Bildern das Titelfoto

³⁰⁴ Vgl. Rötzer, Florian: Das manipulierte Bild auf der Titelseite. Telepolis vom 03.04.2003. Online unter: <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/14/14526/1.html> [Stand: 26.06.2009]

³⁰⁵ Quelle: Ebenda.

5.3.2.7 Beispiel 7: Rauch über Beirut

Trotz zum Teil strenger Richtlinien, sind selbst namhafte Nachrichtenagenturen wie Reuters nicht vor Bildmanipulationen gefeit. So hat der libanesische Reuters-Fotograf Adnan Hajj, der viele Jahre als freier Mitarbeiter für Reuters arbeitete, eine Aufnahme von einem Bombardement der israelischen Luftwaffe in Beirut „dramatisch aufgepeppt“.³⁰⁶

„Der Rauch wurde verstärkt und schwärzer gemacht, die Verwüstungen scheinen so größer, die Luftangriffe auf die Stadt bedrohlicher zu sein.“³⁰⁷

Entdeckt wurde die Bildmanipulation von Bloggern vom Weblog „little green footballs“. Reuters gestand die Bildmanipulation ein und entließ Adnan Hajj.³⁰⁸

Während bei klassischen Medien oftmals ökonomische Interessen im Vordergrund stehen, sind in diesem Fall die Beweggründe des Fotografen unklar, da die Manipulation „weder der einen noch der anderen Seite wirklich hilft“. Eine mögliche Erklärung sieht Florian Rötzer, wie er in seinem Artikel „Die Wahrheit der digitalen Bilder“ schreibt, im Druck, unter dem die Nachrichtenagenturen stehen.

„Möglicherweise ging es dem Fotografen auch wirklich nur darum, nicht explizit eine parteiische Botschaft zu übermitteln, sondern nur sein Produkt besser zu machen.“³⁰⁹

Die Abbildungen 15 und 16 zeigen, wie hier manipuliert wurde. Reuters veröffentlichte das Foto mit folgender Bildunterschrift: „Kill of the previous version. Smoke billows from burning buildings destroyed during an overnight Israeli air raid on Beirut's suburbs, August 5, 2006 (Adnan Hajj, Reuters).“³¹⁰

³⁰⁶ Vgl. Rötzer, Florian: Die Wahrheit der digitalen Bilder. Telepolis vom 07.08.2006. Online unter: <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/23/23280/1.html> [Stand; 26.06.2009]

³⁰⁷ Ebenda.

³⁰⁸ Vgl. ebenda.

³⁰⁹ Ebenda.

³¹⁰ Quelle: <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/23/23280/1.html> [Stand; 26.06.2009]



Abb. 15: Das laut Reuters authentische Foto, 2006 (Adnan Hajj, Reuters)



Abb. 16: Rauchschwaden über Beirut: Das manipulierte Bild

5.3.2.8 Beispiel 8: Philipp Ita und der Waffenhändler

Auf einem Foto im österreichischen Magazin *NEWS* ist im März 2008 Philipp Ita, ÖBB-Manager und von 2002-2007 Kabinettschef im Innenministerium, abgebildet. Das Bild zeigt ihn lächelnd neben einem Waffenhändler, der sein Gewehr in die Luft hält. Laut eigenen Angaben ist das verfängliche Bild mit dem Waffenhändler eine Fälschung, die *NEWS* auf Nachfrage auch bestätigt. Eine entsprechende Kennzeichnung zur Aufklärung des Lesers fehlt. Laut Mediengesetz und

Ehrenkodex der österreichischen Presse ist der „höchstpersönliche Lebensbereich“ zwar zu schützen, erwehren müssen sich Geschädigte aufgrund des Fehlens eines Presserats auf eigenes Risiko vor Gericht.³¹¹

5.3.2.9 Beispiele aus der Spruchpraxis des Deutschen Presserats

Einem 1997 von einer deutschen Frauenzeitschrift veröffentlichten Interview mit Fußballer Ulf Kirsten wurde ein freigestelltes Foto des Sportlers beigelegt, auf dem noch eine weitere, dritte Hand zu sehen war. Aufgrund einer Beschwerde einer Leserin, die eine Bildmanipulation vermutete, nahm sich der Deutsche Presserat um den Fall an. Er entschied, dass in diesem Fall kein Verstoß gegen die journalistische Sorgfaltspflicht vorliege, da die Aussage des Fotos durch die Bearbeitung nicht verändert wurde.³¹²

Wie schwierig es selbst für einen Presserat ist, eine Grenze zwischen einem Verstoß oder Nicht-Verstoß gegen die journalistische Sorgfaltspflicht zu ziehen, zeigt folgendes Beispiel:

Eine deutsche Lokalzeitung berichtete über den Auftritt des Sängers Chris de Burgh in einem Einkaufszentrum. Auf dem Bild ist Burgh mit einem Mikrofon in der Hand abgebildet. Ein Redakteur eines privaten Rundfunksenders reicht Beschwerde beim Deutschen Presserat ein, weil das Logo des Senders auf dem Foto wegretuschiert wurde. Die Chefredaktion der Lokalzeitung gibt dem Beschwerdeführer Recht. Der Deutsche Presserat bedenkt die Zeitung mit einem Hinweis, dass in der Bildlegende die Retusche nicht kenntlich gemacht wurde und er darin einen Verstoß gegen den Pressekodex sieht.³¹³

In beiden oben beschriebenen Beispielen liegt nach Brugioni eine Bildmanipulation vor. Das erste Bild wurde freigestellt, somit der Hintergrund gelöscht. Beim zweiten Bild wurde ein Bildelement entfernt. Beide Bilder waren nicht entsprechend gekennzeichnet, doch der Presserat sah nur in einem Fall einen Verstoß gegen den Pressekodex. Der Grund dafür liegt im Verständnis des Begriffs der Bildmanipulation, deren Kern die bewusste Täuschung des Lesers ist.³¹⁴ Demnach

³¹¹ Vgl. Klenk, Florian: Dreck statt Kontrolle. 2. März 2008, Online unter: http://www.florianklenk.com/2008/03/dreck_statt_kontrolle.php#more [Stand: 27.06.2009]

³¹² Vgl. Leifert, 2006, S. 16.

³¹³ Ebenda.

³¹⁴ Vgl. ebenda, S. 18.

zeigen diese Beispiele exemplarisch auf, dass Bildmanipulation nicht gleich Bildmanipulation ist und die Grenze häufig nicht ganz eindeutig.

5.4 Gründe für journalistische Fehlleistungen

Mit den vorgestellten Beispielen, wurden bereits eine Reihe möglicher Gründe für Bildmanipulationen angesprochen. Sie reichen vom Konkurrenzdruck, über die zunehmende Ästhetisierung, bis zum Zeit- und Aktualitätsdruck im Fotojournalismus. Art Direktoren tendieren dazu Manipulationen zu verharmlosen. So begründet Arthur Hochstein, Art Direktor von *Time*, die Bearbeitung des O.J. Simpson-Coverfotos mit der Bekanntheit des Originals:

„We knew [the original photo, Anm. d. V.] would be widely disseminated, and that gave us license, we felt, to push the image into something more interpretive or illustrative.“³¹⁵

Hochstein ging davon aus, dass die Veränderung für den Leser erkennbar war und er damit nicht getäuscht werden konnte. Das Titelbild mit den zusammengedrückten Pyramiden argumentierte der *National Geographic* damit, dass der Fotograf ebendieses Bild von einem anderen Standpunkt aus hätte machen können.³¹⁶

In der Literatur wird häufig der ökonomische Druck der Medien thematisiert, mit sensationellen oder dramatischen Bildern möglichst hohe Verkaufszahlen zu erzielen.

„Die Quotensucht übt (...) einen Zug nach unten aus, es geht abwärts (...) mit journalistischen Spielregeln. Marktgesetze können blind zuschlagen.“³¹⁷

Larissa Krainer, Leiterin des Instituts für Interventionsforschung und kulturelle Nachhaltigkeit in Klagenfurt, sieht ob der Ansprüche an Medienvertreter „Wahrheit“, „Objektivität“, „Korrektheit“ und „Pluralität“ herzustellen und deren Arbeitsrealität einen unvermeidbaren Widerspruch. So führt sie als Beispiele für Widersprüche in Bezug auf medienethische Ansprüche das Recht auf freie Meinungsäußerung und das Recht auf Schutz der Privat- und Intimsphäre an, ökonomische versus ethische

³¹⁵ Kahn, Joseph P.: When 1 Picture Tells 2 Stories. In: The Boston Globe, June 22, 1994, p. 21, Zit. nach: Wheeler, 2002, S. 55.

³¹⁶ Vgl. Wheeler, 2002, S. 56.

³¹⁷ Washietl, 2004, S. 330.

Prämissen sowie den Auftrag zu umfassender Recherche im Gegensatz zum täglichen Zeitdruck. Krainer kommt zu folgendem Schluss:³¹⁸

„Das Balancieren von Widersprüchen ist die zentrale methodische Herausforderung der Medienethik.“³¹⁹

Häufig wird zur Rechtfertigung digitaler Bildmanipulationen auch mit dem Kontext argumentiert, in dem ein Pressefoto erschienen ist. Alfred Büllesbach stellt fest, dass früher nur von Pressefotos gesprochen wurde, bei denen Bildmanipulation zu unterbleiben habe.³²⁰ Heute wird je nach Funktion der Fotos ein anderer respektive geringerer ethischer Maßstab angelegt.

„image manipulation is more of a problem in some contexts than in others, largely depending on the reader's expectations of a photograph's literalness or accuracy.“³²¹

Je nach Art und Funktion von Pressefotos wird unterschieden zwischen „hard news“, „soft news“, „Celebrity Features“, „Coverfotos“, „Lifestylefotos“, „Symbolfotos“, „Illustrationen“, „Einstiegshilfen“, „Aufmacherbildern“ und einigen weiteren.³²² Mit einer unterschiedlichen Klassifizierung der Fotos wird ein unterschiedlicher Authentizitätsanspruch deutlich. Der höchste, vom Rezipienten eingeforderte Anspruch an die Authentizität kommt Nachrichtenbildern zu.

„Die Kontroverse dreht sich um Nachrichtenbilder, da in Magazinen (...) häufig sowohl von gestellten als auch von manipulierten und retouchierten Fotografien Gebrauch gemacht wird. Dies wird damit begründet, daß die Kriterien hierfür die visuelle Anziehungskraft und (sozusagen) die Reinheit der Bilder und nicht die fotografische Exaktheit ist.“³²³

Angeichts dieser vielen Kategorien, denen Pressefotos zugeordnet werden können und in welchen ein mehr oder weniger verantwortungsvoller Umgang mit Pressefotos praktiziert wird, stellt sich die Frage nach der Abgrenzung. Ab wann wird aus einem Pressefoto eine Foto-Illustration? Wann wird aus „soft news“ ein „Feature“? Bei der Existenz vieler unklarer Kategorien, ist es nicht nur

³¹⁸ Vgl. Krainer, Larissa: Medienethik als angewandte Ethik. Zur Organisation ethischer Entscheidungsprozesse. In: Karmasin, 2002, S. 156ff.

³¹⁹ Ebenda, S. 158.

³²⁰ Vgl. Büllesbach, 2008, S. 117.

³²¹ Ang, Tom: Picture Editing. An Introduction. Oxford 1996, S. 143.

³²² Vgl. Büllesbach, 2008, S. 117.

³²³ Rosler, 2000, S. 136.

problematisch eine Grenze zu ziehen. Vielmehr besteht das Risiko, dass der digitalen Bildmanipulation Tür und Tor geöffnet werden.³²⁴

5.5 Grenze zwischen Bildoptimierung und Bildmanipulation

Prinzipiell sollten Pressefotos dort, wo sie eine hohe Glaubwürdigkeit besitzen – wie zum Beispiel im Nachrichtenjournalismus – nicht inhaltlich verändert werden. Was als „gesellschaftlicher Kontrakt“ bezeichnet wird, bedeutet, dass durch den Gebrauch der Medien zwischen den gesellschaftlichen Gruppen und den Medieninstitutionen, den Zuschauern und den Medien ein stilles, informelles Einverständnis darüber herrscht, welche Angebotsstrukturen akzeptiert werden und damit werden auch die Institutionen legitimiert.³²⁵ Wird dieses Vertrauen regelmäßig durch Bildmanipulationen missbraucht, verliert der Fotojournalismus auf lange Sicht seine Glaubwürdigkeit und Rezipienten werden dem Medienangebot – ähnlich wie jetzt bereits Bildern aus der Werbung – mit einer grundsätzlichen Skepsis begegnen.³²⁶

Akzeptierte Techniken der Nachbearbeitung orientieren sich in der Regel an traditionellen Dunkelkammertechniken und dienen dazu Pressefotos qualitativ aufzuwerten. Zu diesen üblichen Techniken zählen die Optimierung der Helligkeit, Kontrast, Farbe sowie Bildbeschnitt oder die Beseitigung von Staub oder Kratzern. Diese Bandbreite wird als die „Grammatik“ der Fotografie bezeichnet und dient dazu, Fotos „lesbar“ zu machen.³²⁷ In vorangegangenen Kapiteln wurde bereits auf weitere Techniken der Bildbearbeitung eingegangen, die in Redaktionen zumeist bedenkenlos eingesetzt werden. Dazu zählt das Freistellen oder Spiegeln von Bildelementen bzw. Veränderungen, die der Gesamtgestaltung und dem Layout eines Printmediums genüge tun.

Die Grenze zwischen noch tolerierbarer Bildbearbeitung und manipulativer Bildveränderung ist fließend und zu einem großen Teil von der individuellen Einschätzung abhängig. Dieser Aspekt macht die Formulierung einer einheitlichen Norm, was erlaubt ist und was nicht, problematisch. Darüber, was noch als qualitative Optimierung gilt und was die Grenze zur Täuschung überschreitet,

³²⁴ Büllesbach, 2008, S. 118.

³²⁵ Vgl. Hickethier, Knut: Film- und Fernsehanalyse (= Sammlung Metzler, Bd. 277). Weimar/ Stuttgart 1996, S. 17; Vgl. Becker, Howard S./ Hagaman, Dianne: Afterword. Digital Image Ethics. In: Gross/ Katz/ Ruby, 2003, S. 345f.

³²⁶ Vgl. Becker/ Hagaman, 2003, S. 346.

³²⁷ Vgl. Büllesbach, 2008, S. 114.

herrscht Uneinigkeit. So steht Rolf Sachsse, Professor für Fotografie und Design, dem Problem der Bildmanipulation sehr kritisch gegenüber:

„Für die Fotografie ist ‚Manipulation‘ wörtlich zu nehmen. Jeder Eingriff mit der Hand in Objekt und Bild ist im weiteren Sinne Manipulation, wenn auch meist keine böswillige.“³²⁸

In weiterer Folge hebt er die Absicht des Fotografen als wichtige ethische Kategorie hervor.³²⁹

Ähnlich sieht es Frank Van Riper, ein amerikanischer Fotograf und Autor bei der *Washington Post*, der Fotografien und Zitate gegenüberstellt:

„Remember: news photographs are the equivalent of direct quotations and therefore are sacrosanct.“³³⁰

Aus einem toleranteren Blickwinkel betrachtet der deutsche Diplom-Journalist Frank Miener den Einsatz von Programmen zur Bildbearbeitung:

„Eine Bearbeitung, die der technischen Verbesserung der Aufnahme dient, ist unstrittig: Das Aufhellen, der Kontrast oder die Korrektur der Schärfe sind sicherlich Arbeitsschritte, die jeder Redaktion zugestanden werden können.“³³¹

Eine radikalere Auffassung vertritt Engelbert Washietl, der die einzig mögliche Lösung in der Aufklärung der Mediennutzer sieht:

„Der einzige Ausweg ist, das Publikum allmählich darauf aufmerksam zu machen, dass Bildmaterial keinen höheren dokumentarischen Wert hat als Christbaumschmuck. Manipulation? Auf jeden Fall ist die Linie zu ihr dann überschritten, wenn das Auswahlkriterium lautet: ‚Soll er/sie sympathisch oder unsympathisch wirken?‘“³³²

In seiner Aussage plädiert Washietl für die Aufgabe des vermeintlich dokumentarischen Charakters einer Fotografie. Darüber hinaus betont er, dass es keine Veränderung am Bild an sich benötigt, um zu manipulieren, sondern dass ein

³²⁸ Sachsse, 2003, S. 42.

³²⁹ Vgl. ebenda.

³³⁰ Van Riper, Frank: Manipulating Truth, Losing Credibility. Washington Post Special Camera Works vom 3. April 2009, Online unter: <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/photo/essays/vanRiper/030409.htm> [Stand: 28.06.2009]

³³¹ Miener, 2003/ 2004, S. 54.

³³² Washietl, 2004, S. 334.

entsprechendes Selektionskriterium bereits ausreichendes Potenzial zur Manipulation besitzt.³³³

Der Schweizer Presserat nahm eine Beschwerde aus dem Jahr 2002 zum Anlass, um sich generell mit dem Umgang mit und zur Bearbeitung von digitalen Bildern zu äußern. Die Grenze zur Bildmanipulation macht der Presserat an der Veränderung der Bildaussage fest:

„(...) die Grenze zur zwingend zu deklarierenden Bildveränderung ist spätestens dann überschritten, wenn das in einem Medienbericht veröffentlichte Bild ein Produkt stark verändernder Eingriffe ist und die Bildaussage auch aus Sicht des Publikums nicht mehr derjenigen des Originalbildes entspricht.“³³⁴

Eine Bildbearbeitung sieht der Schweizer Presserat solange unbedenklich, als sie der Verbesserung der Bildqualität dient und dabei der Bildinhalt im Zusammenhang mit der Bildlegende und dem Gesamtkontext eines Medienberichts zu verstehende Bildaussage nicht verändert wird.³³⁵ Trotz dieser klar erscheinenden Differenzierung, gibt es in der journalistischen Praxis immer wieder Grenzfälle, bei denen die journalistische Sorgfaltspflicht auf Kosten von Auflagen und Quoten geht. Auch Stefan Leifert beklagt ein definitorisches Defizit in der Spruchpraxis des Deutschen Presserats sowie im Ehrenkodex der Presse darüber, wann eine Täuschungsabsicht vorliegt. So hält er fest, dass sich zum Beispiel in der Kategorie „Löschen von Informationen“ in der Spruchpraxis das „ganze Sanktionsspektrum“ wieder findet. Den einzigen Anhaltspunkt darauf, was als Täuschung verstanden werden könnte, liegt im einheitlichen Hinweis des Deutschen Presserats, dass das Vergehen nicht in der Bildveränderung liegt, sondern in der Tatsache, dass diese nicht kenntlich gemacht wurde.³³⁶

³³³ Vgl. ebenda.

³³⁴ Schweizer Presserat: Redaktionelle Bildbearbeitung digitaler Bilder. Stellungnahme des Schweizer Presserates 28/2003 vom 13. Juni 2003, Online unter: <http://www.presserat.ch/17560.htm> [Stand: 27.06.2009]

³³⁵ Vgl. ebenda.

³³⁶ Vgl. Leifert, 2006, S. 18f.

5.6 Die Notwendigkeit ethischer Richtlinien im Fotojournalismus

Fast zwei Jahrzehnte lang waren es die Verlage, die im Mittelpunkt der Diskussion um Bildmanipulation standen. Seit einiger Zeit geraten zunehmend die Fotografen selbst in den Fokus. So haben es Namen wie Brian Walski oder Adnan Hajj zu zweifelhaftem Ruhm in der Branche gebracht. Es scheint, als wäre mit Photoshop – wie Dirck Halstead, Herausgeber von *The Digital Journalist*, es pointiert sagte – der „ethische Kompass“ vieler Fotografen und Herausgeber durcheinander geraten.³³⁷

In einigen westlichen Demokratien ergriffen, zusätzlich zur Selbstkontrolle durch Presseräte, Interessensverbände im Bereich Fotografie und Journalismus wie in den USA die NPPA (National Press Photographer Association) oder in Deutschland die Verbände IG Medien, BVPA (Bundesverband der Pressebild-Agenturen und Bildarchive e.V.) und FreeLens die Initiative und verordneten sich selbst bindende Richtlinien zur Reglementierung und Kennzeichnungspflicht von Bildmanipulationen.³³⁸ Denn wie John Long, ehemaliger Präsident der NPPA, mahnt, müsse sich der Fotojournalismus gegen den Verlust der Glaubwürdigkeit wappnen:

„One of the major problems we face as photojournalists is the fact that the public is losing faith in us.“³³⁹

Kay Hoffmann, Filmpublizist und Kulturwissenschaftler, betont, dass neue Glaubwürdigkeitsstrategien gefragt seien, die weniger von dem authentischen Bild ausgehen dürfen, sondern von dem Vertrauen in bestimmte Bildermacher, sprich Korrespondenten, und durch die Offenlegung im Prozess der Bildherstellung gestützt werden.³⁴⁰

³³⁷ Vgl. Halstead, Dirck: If You Think Dodging and Burning is a Problem Now, Just Wait. In: *The Digital Journalist*, October 2003, Online unter: <http://digitaljournalist.org/issue0310/dhcommentary.html> [Stand: 10.10.2008]

³³⁸ Vgl. Euler, Bernd: [M]enschen, [M]edien, [M]anipulationen – der Buchstabe für die Glaubwürdigkeit. In: *Freelens Magazin*, Heft 07/ 1997, S. 9-12.

³³⁹ Long, John: Ethics in the Age of Digital Photography. September 1999, Online unter: http://www.nppa.org/professional_development/self-training_resources/eadp_report/index.html [Stand: 27.06.2009]

³⁴⁰ Vgl. Hoffmann, Kay: Das dokumentarische Bild im Zeitalter der digitalen Manipulierbarkeit. In: Hoffmann, Kay (Hrsg.): *Trau- Schau- Wem. Digitalisierung und dokumentarische Form*. Konstanz 1997, S. 13-28, Online unter: http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/hoffmann_manipulierbarkeit/hoffmann_manipulierbarkeit.html [Stand: 28.06.2009]

In Österreich sind derartige Versuche bisher weitgehend ausgeblieben. Zwar ist der Ehrenkodex der Österreichischen Presse (Stand: 1999) mehrheitlich bekannt, allerdings wacht seit der Auflösung des Österreichischen Presserats im Jahr 2002 niemand über die Einhaltung der darin festgeschriebenen Regeln. Internationale und nationale Beispiele für Bildmanipulationen belegen (siehe Kap. 4.3), dass eine allgemein verpflichtende Reglementierung und Kennzeichnung in Hinblick auf die Sicherstellung der Qualität im Fotojournalismus, wünschenswert wäre. Welche Maßnahmen und Initiativen in diese Richtung es in Österreich gibt bzw. gegeben hat und welche Systeme in Anlehnung an Beispiele aus anderen Ländern für die Umsetzung in Österreich sinnvoll erscheinen, soll im folgenden Kapitel beschrieben werden.

„Vor allem da, wo ethisch reflektiertes und moralisch korrektes Handeln auf Freiwilligkeit angewiesen ist und nicht durch das Recht erzwungen wird, ist es wichtig, dass drei Verantwortungsebenen funktionieren: das persönliche Gewissen, die ethische Sensibilität des Unternehmens und eine Öffentlichkeit, die die Arbeit der Medienschaffenden kritisch begleitet und moralische Standards einfordert.“

Stefan Leifert, 2007

6 Medienethik und ihre Regulierung

Klassischen Printmedien wie Zeitungen und Zeitschriften, auf die in dieser Forschungsarbeit das Hauptaugenmerk liegt, kommt in pluralistischen Systemen eine wichtige Aufgabe zu. Sie stellen unabhängig von staatlichen Einflüssen Öffentlichkeit über bedeutende Vorgänge in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft her. Nicht grundlos werden die Massenmedien häufig als „Vierte Gewalt“ im Staat bezeichnet. Denn Medienschaffende verfügen über vielfältige „Gewalten“ wie der Berichts- und Informationsgewalt, die es ermöglicht für bestimmte Themen eine hohe Relevanz zu erzeugen oder Bedeutungslosigkeit zu vermitteln, Thematisierungs- und Themenstrukturierungsgewalt oder die Bewertungsgewalt, sie sind Bewusstseinsbildner und Bewusstseinsveränderer.³⁴¹

Das österreichische und europäische Recht sichert die Freiheit der Medien, regelt aber auch ihre Pflichten und Grenzen. Rechtliche Einschränkungen ergeben sich durch den Persönlichkeits- und Ehrenschatz, dem Schutz des Rechts am eigenen Bild, der Achtung der Privatsphäre sowie der Unschuldsvermutung.³⁴²

Die Freiheiten der Medienunternehmen und Journalisten sind jedoch keine persönlichen Freiheiten, sondern sind im Kontext eines gesellschaftlichen Auftrags, einer „öffentlichen Aufgabe“, zu sehen, aus denen sich ein Bedarf zur eigenen Definition ethischer Handlungsrichtlinien ableiten lässt.³⁴³ Dieter Stolte, Herausgeber der Zeitungen *Die Welt* und *Berliner Morgenpost*, meint, dass Verantwortung eine Funktion sei, die sich aus Macht und Wissen ergibt.³⁴⁴

³⁴¹ Vgl. Pürer, Heinz: Medien und Journalismus zwischen Macht und Verantwortung. In: Medienimpulse, Heft 64, 2008, Online unter: http://www2.mediamanual.at/themen/pdf/MI64_Puerer.pdf [Stand: 01.07.2009]

³⁴² Eine Einführung in die Bestimmungen des Medienrechts gibt Berka, Walter: Medienrecht für Journalisten. In: Pürer, 2004, S. 359-388.

³⁴³ Vgl. Büllsach, 2008, S. 122f; Vgl. Kraus, Daniela: Wer setzt ethische Maßstäbe für die Berichterstattung? Medienselbstregulierung in Österreich. In: Medienimpulse, Heft 64, 2008, Online unter: http://www2.mediamanual.at/themen/pdf/MI64_Kraus.pdf [Stand: 01.07.2009]

³⁴⁴ Vgl. Stolte, Dieter: Die Rolle der Massenmedien in einer freiheitlichen Gesellschaft. München 1988, S. 16, Zit. nach: Pürer, Heinz: Medien und Journalismus zwischen Macht und Verantwortung. In:

„Im dem Maße, in welchem Journalisten über Macht und Wissen verfügen, sind sie für ihr Tun und Lassen auch verantwortlich.“³⁴⁵

Da ein Medienprodukt im arbeitsteiligen Prozess entsteht, ist die „gestufte oder verteilte Verantwortung“³⁴⁶ der medienethische Normalfall. In der Theorie werden deshalb vier Ebenen unterschieden, auf denen ethische Verantwortung entsteht. Im einführenden Kapitel zu Medienethik (siehe Kap. 3.2) wurden bereits die Individualethik, Institutionsethik, Publikumsethik und Professionsethik beschrieben. Eine entsprechende Verantwortungsverteilung kann nur funktionieren, wenn es Rechtfertigungs- und Sanktionsinstanzen gibt, welche die Einhaltung ethischer Normen überwachen und gegebenenfalls sanktionieren.³⁴⁷ Verschiedene Formen der Selbstregulierung auf Ebene der Professions- und/ oder der Unternehmensethik gibt es in den meisten westlichen Demokratien. Ein gängiges Modell zur Medienselbstkontrolle sind Presseräte oder einzelne Unternehmen, die für die gesamte Branche bindende ethische Regeln aufstellen und kontrollieren. Die Aufgabe dieser Instanzen ist es dann einzugreifen, wenn zwar kein strafbarer Verstoß gegen das Gesetz vorliegt, jedoch eine Missachtung der journalistischen Ethik vermutet wird.³⁴⁸

Als normative Grundlage dient für Text- und Bildprodukte gleichermaßen der jeweilige Ehren- oder Pressekodex. Wobei zum Beispiel Büllesbach Zweifel äußert, dass angesichts des ökonomischen und publizistischen Wettbewerbs die Bereitschaft zur freiwilligen Selbstbeschränkung in der elektronischen Bildverarbeitung sehr groß ist.³⁴⁹

6.1 Medienselbstkontrolle im Spannungsfeld von Ideal- und Praxisebene

Dieter Birnbacher³⁵⁰ prägte in Bezug auf Medienethik die Differenzierung der idealen Normen von Praxisnormen. Während ideale Normen als hohe moralische

Medienimpulse, Heft 64, 2008, Online unter: http://www2.mediamanual.at/themen/pdf/MI64_Puerer.pdf [Stand: 01.07.2009]

³⁴⁵ Ebenda.

³⁴⁶ Funiok, 2005, S. 243-251.

³⁴⁷ Vgl. Leifert, 2007, S. 159ff.

³⁴⁸ Vgl. Kraus, 2008.

³⁴⁹ Vgl. Büllesbach, 2008, S. 123.

³⁵⁰ Mit ihm weisen auch Ingrid Stapf (2006) und Carmen Kaminsky (2000) wiederholt auf die Unterscheidung von Idealnomen und Praxisnormen hin.

Ansprüche in das Aufgabenfeld der Philosophie fallen, ist es Aufgabe der angewandten Ethik für diese Idealnormen im Verständnis von Durchführungsregeln eine praktikable Angleichung an die faktischen Verhältnisse zu schaffen.³⁵¹

„Auf der Idealebene werden innerhalb der Ethik universale Regeln aufgestellt, die eine grundlegende Orientierung bei moralisch relevanten Entscheidungen liefern sollen.“³⁵²

Freiheit, Wahrheit, Öffentlichkeit und Pluralität sind so zentrale, jedoch abstrakte Werte und gleichzeitig ideale Forderungen an eine demokratische Medienkommunikation.³⁵³ Nach Larissa Krainer, die Idealnormen als „regulative Ideen“ bezeichnet, kann sich die (bild)journalistische Praxis nur bestmöglich an solche Ideale annähern.³⁵⁴ Die normativen Ansprüche an die Medienethik auf einer Idealebene, die sich in Form von allgemeinen Ethikkodizes und Leitbildern manifestieren, stehen in einem Spannungsverhältnis zum komplexen Geflecht aus rechtlichen, wirtschaftlichen, arbeitsorganisatorischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen der Arbeitsrealität von Medienschaffenden.³⁵⁵

Zahlreiche Wissenschaftler setzten sich im letzten Jahrzehnt mit Medienethik und der Umsetzbarkeit von (idealen) medienethischen Überlegungen in Hinblick auf die Wirksamkeit von medienethischen Kontrollinstanzen auseinander. Anika Pohla stellte im Titel ihres Beitrags die provokante Frage, ob eine verbindliche normative Medienethik ein unmögliches Unterfangen sei. Darin stellt Pohla zu Beginn fest, dass der Grund für die Ignoranz gegenüber medienethischen Forderungen an die Praxis im Mangel *begründeter* Entwürfe liege. Dabei, so Pohla weiter, sei die Entwicklung begründeter normativer Ansätze für den Bereich der Medienethik unabdingbar, damit der medienethische Diskurs an der dringend notwendigen Relevanz und Verbindlichkeit gewinne.³⁵⁶

Was bedeutet das nun für den Fotojournalismus und dem Entgegenwirken digitaler Bildmanipulationen? Die Rahmenbedingungen für Fotojournalisten und Medienschaffende generell müssten so gestaltet sein, dass medienethischen Normen Vorrang vor anderen Regulativen, wie ökonomischen Prämissen oder

³⁵¹ Vgl. Brosda, Carsten/ Schicha, Christian: Medienethik im Spannungsfeld zwischen Ideal- und Praxisnormen. Eine Einführung. In: Schicha, Christian/ Brosda, Carsten (Hrsg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft. Münster 2000, S. 9f.

³⁵² Ebenda, S. 10.

³⁵³ Vgl. Stapf, Ingrid: Medien-Selbstkontrolle. Ethik und Institutionalisierung. Konstanz 2006, S. 29ff.

³⁵⁴ Vgl. Krainer, 2002, S. 158f.

³⁵⁵ Vgl. Stapf, 2006, S. 88f.

³⁵⁶ Vgl. Pohla, Anika: Eine verbindliche normative Medienethik – ein unmögliches Unterfangen? In: Debatin, Bernhard/ Funiok, Rüdiger (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Konstanz 2003, S. 65.

persönlichen Motiven, eingeräumt würde.³⁵⁷ Wie bildjournalistischen Fehlleistungen - speziell in Österreich – entgegen gewirkt werden kann, ist die zentrale Fragestellung dieser Forschungsarbeit.

6.2 Arten der Medien(selbst)kontrolle

Die Sicherung des öffentlichen Guts Medienqualität ist nicht nur das Ziel einer Medienregulierung³⁵⁸, sondern vordergründig eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, welche unternehmerische Verantwortung, die Kommunikationswissenschaft, Initiativen, Einrichtungen und auch ein wachsendes Publikum einschließt.³⁵⁹ Es können drei Gruppierungen benannt werden, denen die Aufgabe, den Medienbereich zu reflektieren und zu regulieren, zukommt:³⁶⁰

- *Gremien der freiwilligen Selbstkontrolle* haben in westlichen Gesellschaften großteils eine lange Tradition. Diese Institutionen übersetzen idealtypische Ansprüche an die Medien in praktikable Handlungsanweisungen. Ergebnis dieser „Übersetzungstätigkeit“ sind beispielsweise die Ehrenkodizes der Presse.
- Die *medienkritische Öffentlichkeit* kann einerseits die Produkte der Medien aufmerksam mitverfolgen und journalistische Fehlritte aufzeigen. Andererseits besteht in Ländern mit funktionierenden Selbstkontrollgremien die Möglichkeit deren Arbeit kritisch zu begleiten und ausgesprochenen Rügen mehr Transparenz und Gewicht zu verleihen.
- Im Rahmen der *gesetzlichen Kontrolle und Gestaltung* obliegt es dem Staat die Qualität der Medienprodukte bis zu einem gewissen Grad sicher zu stellen.

³⁵⁷ Vgl. Ebenda.

³⁵⁸ In der Fachliteratur hat sich bisher keine einheitliche Bezeichnung zur Überwachung von Medienprodukten in medienethischer Hinsicht durchgesetzt. Die Begrifflichkeiten reichen von Medienkontrolle, Medienselbstkontrolle bis zu Medienregulierung, Selbstregulierung oder Medienselbstregulierung. Patrick Donges weist jedoch darauf hin, dass die Bezeichnung „Selbstregulierung“ je nach Sektor und von Staat zu Staat verschiedene Bedeutungen hat. Demnach kann Selbstregulierung für „vielfältige institutionelle Arrangements“ verwendet werden. Vgl. Donges, Patrick: Selbstregulierung – ideologisches Schlagwort oder tragfähiges Regulierungskonzept? In: Friedrichsen, Mike/ Seufert, Wolfgang (Hrsg.): Effiziente Medienregulierung. Marktdefizite oder Regulierungsdefizite? (= Schriften zur Medienwirtschaft und zum Medienmanagement, Band 4). Baden-Baden 2004, S. 215-227.

³⁵⁹ Vgl. Funiok, 2007, S. 106.

³⁶⁰ Vgl. Funiok, 2005; Vgl. Funiok, 2007, S. 106.

Mediensebstkontrolle		Medien-Fremdkontrolle	
Komponenten	Freiwillige Selbstkontrolle	Regulierte Selbstregulierung	Fremdkontrolle
<i>Freiheit/ Freiwilligkeit</i>	Freiwilligkeit – primär moralische Steuerung	Bedingte Freiwilligkeit – moralische und rechtliche Steuerung	Keine Freiwilligkeit – rechtliche Steuerung
<i>Selbst-Kontrolle/ Anerkennung</i>	Selbst-Kontrolle – primär durch professionelle Anerkennung	Selbst-Kontrolle – durch staatliche und professionelle Anerkennung	Keine Selbst-Kontrolle – rechtliche Anerkennung
<i>Kontrolle</i>	Sanktionierung – primär durch Öffentlichkeit	Sanktionierung – durch Medienrecht und Öffentlichkeit	Sanktionierung – durch Medienrecht

Abb. 17: Modell gestufter Mediensebstkontrolle (nach Ingrid Stapf, 2005)

Die freiwillige Selbstkontrolle ist eine Form der Medienreflexion auf professionsethischer Ebene. Definitorisch ist der Begriff der Selbstregulierung von der staatlichen Regulierung bzw. Kontrolle abzugrenzen. Während bei der Fremdkontrolle der Staat die Ge- und Verbote festlegt, geht er bei der Selbstregulierung davon aus, dass die Steuerungsziele durch gesellschaftliche Prozesse explizit (durch Handlungsregeln wie Ethikkodizes) oder implizit (ohne Reflexion der Beteiligten, z.B. durch Marktprozesse) erfüllt werden.³⁶¹ Eine genaue Definition der reinen Selbstregulierung formuliert Ingrid Stapf wie folgt:

„Freiwillige Mediensebstkontrolle umfasst die Gesamtheit der von den Medien oder Teilen der Medien anerkannten und freiwillig auferlegten Normen, Verfahrensweisen und Institutionen, die der besonderen Verantwortung freier Medien gegenüber dem Gemeinwohl und der Öffentlichkeit gerecht zu werden versuchen. Sie dient der Wahrung der Berufsethik nach innen, der Unterbindung von Fehlverhalten vor allem im Rahmen des Machtmissbrauchs der Medien gegenüber potenziell Betroffenen und verfolgt nach außen das Ziel, die Medienfreiheiten gegenüber dem Staat zu verteidigen.“³⁶²

Wie die Bezeichnung schon sagt, basiert diese Art der Mediensebstkontrolle auf freiwilliger Basis, was bedeutet, dass sich zum Teil auch – gemessen an der Reichweite – mächtige Medienunternehmen dieser Form der Kontrolle entziehen. Ein Beispiel hierfür ist die *Neue Kronen Zeitung* in Österreich, die sich von Anfang

³⁶¹ Vgl. Stapf, 2006, S. 20f.

³⁶² Ebenda, S. 23f.

an dem Gremium des Österreichischen Presserats und dessen freiwillig auferlegten Normen verschloss.³⁶³

Als Zwischenstufe zwischen Selbst- und Fremdkontrolle ist die Co-Regulierung oder regulierte Selbstregulierung zu verstehen. Besonders an diesem Modell ist die Verpflichtung zur Selbstkontrolle durch den Staat, der Mindeststandards und Ziele festlegt. Private und staatliche Akteure regulieren gemeinsam den jeweiligen Sektor und übernehmen zusammen die Aufgaben der Regelsetzung, Durchsetzung und Sanktionierung.³⁶⁴

Beim Modell der reinen (gesetzlichen) Fremdkontrolle übernimmt der Staat alle Aufgaben zur Normierung, Kontrolle und Sanktionierung, um die Steuerungsziele zu erreichen.

Im Folgenden liegt der Fokus auf der freiwilligen Medienselbstkontrolle. Es werden exemplarisch Initiativen zur Sicherung der Qualität im Journalismus in Österreich vorgestellt und auf ihr Potenzial zur Kontrolle und Sanktionierung digitaler Bildmanipulationen untersucht.

6.3 Professionsethische Modelle zur Qualitätssicherung in Österreich

Die Idee der Selbstkontrolle ist zentral für die Professionsethik. Aufgrund der besonderen Macht und Privilegien, welche Medienschaffenden zukommen, ergibt sich eine besondere Verantwortung der Profession.³⁶⁵ Als Medien-Profession gelten die Summe der einzelnen Journalisten und Fotojournalisten, der Medienproduzenten sowie der auf dem Medienmarkt agierenden Medienunternehmen und -institutionen. Trotz der vielschichtigen Tätigkeitsbereiche ist die Profession eine Entität mit grundsätzlich ähnlichen Interessen und Zielen, die als Ganze Verantwortung in der Gesellschaft trägt.³⁶⁶

„Gerade weil die Medienkontrolle als *Selbstkontrolle* festgelegt ist, muss die Überprüfung von Wert, Richtigkeit und Vernünftigkeit öffentlich kursierender Informationen und Meinungen in der Öffentlichkeit selbst stattfinden.“³⁶⁷

³⁶³ Vgl. Kraus, 2008, S. 18.

³⁶⁴ Vgl. Gottwald, Franzisca/ Kaltenbrunner, Andy/ Karmasin, Matthias: Medienselbstregulierung zwischen Ökonomie und Ethik. Erfolgsfaktoren für ein österreichisches Modell (= Schriftenreihe des Medienhaus Wien, Band 1, Hg. von Daniela Kraus). Wien 2006, S. 32.

³⁶⁵ Vgl. Pürer, 2002, S. 10f.

³⁶⁶ Vgl. Stapf, Ingrid: Medienselbstkontrolle – Eine Einführung. In: Baum, Achim/ Langenbucher, Wolfgang R./ Pöttker, Horst u.a. (Hrsg.): Handbuch Medienselbstkontrolle. Wiesbaden 2005, S. 24f.

³⁶⁷ Ebenda, S. 25.

Daraus lässt sich schließen, dass die Öffentlichkeit digitalen Bildmanipulationen ohnmächtig gegenüber stehen muss, denn bekanntlich liegt es in der Natur der Sache, Bildmanipulationen nicht zu erkennen.³⁶⁸ Folglich kann eine Kontrollfunktion durch die wachsame Öffentlichkeit für diesen Bereich nur zum Teil erfolgen. Bis 2002 hatte in Österreich der Österreichische Presserat diese Kontrollfunktion für Printmedien inne. Seither gibt es kein anerkanntes Gremium, das über die Einhaltung ethischer Grundsätze in diesem Mediensektor wacht. Der Ruf nach einer unbestechlichen, überparteilichen Instanz wird immer dann laut, wenn Fehltritte bekannt werden.³⁶⁹ Im Folgenden sollen drei Modelle vorgestellt werden, deren gemeinsamer Nenner der Versuch der Sicherung der journalistischen Qualität in Österreich ist beziehungsweise war.

6.3.1 Der Österreichische Presserat 1961-2001

Nach seiner formellen Gründung im Jänner 1961, war der österreichische Presserat bis 2002 anerkanntes Ethik-Gremium. Gegründet wurde der Presserat von Zeitungsherausgeberverband und Journalistengewerkschaftsvertretern. Vor seiner Auflösung wurde er zuletzt vom Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ), von der Journalistengewerkschaft (mit je 10 Mitgliedern) sowie vom Presseclub Concordia und dem Österreichischen Zeitschriften- und Fachmedien Verband (ÖZV) (mit je 2 Mitgliedern) beschickt. Die 24 Presseratsmitglieder waren ehrenamtlich tätig und an keinerlei Weisung gebunden. Als oberstes Organ des Presserates tagte die Vollversammlung, die aus den eigenen Reihen einen Vorsitzenden und (zuletzt) drei Stellvertreter sowie einen Ombudsmann berief. In der Regel tagten monatlich zwei Senate mit jeweils 12 Mitgliedern, um über eingereichte Beschwerden beim Presserat zu beraten. Entscheidungsgrundlage aller ethischen Diskussionen waren die – auch nach der Auflösung breit akzeptierten - „Grundsätze für die publizistische Arbeit (Ehrenkodex der österreichischen Presse)“. Die letzte Überarbeitung und leichte Veränderung erfuhr der Ehrenkodex 1999 (siehe Anhang A).³⁷⁰

Prinzipiell konnte sich jeder und jede mit Beschwerden an den Presserat richten. Die Mitglieder entschieden auf Basis des Ehrenkodex der österreichischen Presse, ob eine Beschwerde abgewiesen wurde oder ob durch das Verhalten von Medium

³⁶⁸ Vgl. Büllesbach, 2008, S. 111.

³⁶⁹ Vgl. Funiok, 2002, S. 37.

³⁷⁰ Vgl. Gottwald/ Kaltenbrunner/ Karmasin, 2006, S. 9ff.

und Journalisten und/ oder durch die Veröffentlichung Beitrages „Berufspflichten“ oder „das Ansehen der Presse verletzt“ oder „schwer verletzt“ wurde.³⁷¹ Aufgrund der bescheidenen Sanktionsmöglichkeiten, wurde der Presserat häufig als „zahnloser Tiger“ bezeichnet.³⁷²

Entscheidungen des Presserats wurden zwar einerseits über die Austria Presse Agentur (APA) verbreitet und in Printmedien veröffentlicht. Andererseits verpflichteten sich die betroffenen Medien dazu, die Entscheidung des Presserats in ihrem Medium zu publizieren. Fraglich bleibt, ob die oft Monate später gedruckten Entscheidungen wirklich Öffentlichkeit herstellen.³⁷³ Printmedien, die diese Form der Selbstkontrolle anerkannten und akzeptierten, druckten in ihrem Impressum das so genannte „Presserats-Signet“. Zuletzt verpflichteten sich mehr als hundert österreichische Printmedien – darunter alle Tageszeitungen - dem österreichischen Presserat, mit Ausnahme der *Kronen Zeitung*.³⁷⁴ Doch die Ablehnung der *Kronen Zeitung* der publizistischen Selbstkontrolle war keineswegs einzigartig. Auch das Boulevardblatt *täglich Alles* verweigerte den Druck des Presserats-Signets. Für Deutschland sei die *Bild-Zeitung* als Beispiel angeführt, welche die Entscheidungen des dort tätigen Presserats weitgehend negiert.³⁷⁵

Darin kann bereits eine der strukturellen Schwächen des damaligen Modells des Presserats abgelesen werden. Es gab keine verpflichtende Teilnahme, es fehlte jegliche verbindliche Rechtsstruktur und gesetzliche Basis. Was die einen als Vorteil sahen, weil sie dem Presserat zusätzliche Freiheit und Spielräume verschaffe, kritisierten andere als zentrales Problem, das die Bedeutung der Spruchpraxis des Presserats reduziere.³⁷⁶ Um die Bedeutung des Presserats zu stärken, wurde Mitte der neunziger Jahre eine indirekte, aber sehr bedeutsame Verrechtlichung, erwogen. Danach sollten im Presseförderungsgesetz nur Zeitungen subventionswürdig gelten, die Ehrenkodex und Presserat anerkennen. Dieser Ansatz wurde jedoch wieder verworfen.³⁷⁷

Im Jahr 2006 beschäftigten sich Kommunikationswissenschaftler auf Initiative des Medienhauses Wien mit den Grundlagen eines praktikablen Modells zur Qualitätssicherung für die österreichische Medienlandschaft. Wesentlich war dabei auch der Blick auf das ehemalige Konstrukt „Österreichischer Presserat“. Im

³⁷¹ Vgl. Kraus, 2008, S. 18; Vgl. Gottwald/ Kaltenbrunner/ Karmasin, 2006, S. 9ff.

³⁷² Vgl. Haller, Michael/ Holzhey, Helmut: Die Frage nach einer Medienethik. In: Haller/ Holzhey, 1991, S. 11.

³⁷³ Vgl. Stapf, 2005, S. 30.

³⁷⁴ Vgl. Ebenda.

³⁷⁵ Vgl. Gottwald/ Kaltenbrunner/ Karmasin, 2006, S. 26.

³⁷⁶ Vgl. ebenda, S. 16.

³⁷⁷ Vgl. ebenda.

Rahmen des Forschungsprojekts wurden vier Bereiche herausgearbeitet, die ausschlaggebend für das Scheitern des Presserats waren:³⁷⁸

- „mangelnde gesetzliche Basis
- Determiniertheit durch publizistische Persönlichkeiten
- sozialpartnerschaftliche Abhängigkeit
- die Frage der Akzeptanz bei den Medienunternehmen in einem sich wandelnden ökonomischen Umfeld.“³⁷⁹

Seit der Aufkündigung der Mitwirkung des VÖZ im Jahr 2002 existiert der Presserat nur noch als so genannter „Rumpf-Presserat“. „Die öffentliche Empörung darüber ist allerdings überschaubar“, bemerkte Hannes Haas, Kommunikationswissenschaftler und Vorsitzender am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien, im Rahmen einer Podiumsdiskussion zum Thema „Die Jagd nach der Information. Haben journalistische Ethik oder Presserat noch eine Funktion?“. ³⁸⁰ Haas definiert zwei Gruppen im Journalismus: den „Oberbau“, der an einer medienethischen Diskussion nicht interessiert ist und den „Unterbau“, junge Journalisten, die ins kalte Wasser geworfen werden und ein ethisches Gewissen selbst ausbilden müssen.³⁸¹ Orientierung dafür gibt der Ehrenkodex der österreichischen Presse, dessen (Weiter-)Entwicklung, Aktualisierung und Überarbeitung zu den vorrangigen Aufgaben eines Selbstkontrollorgans zählt.³⁸²

³⁷⁸ Ebenda. Kurzfassung der Studie, Online unter: <http://www.medienhaus-wien.at/cgi-bin/file.pl?id=74> [Stand: 02.07.2009]

³⁷⁹ Ebenda.

³⁸⁰ Podiumsdiskussion zum Thema „Die Jagd nach der Information. Haben journalistische Ethik oder Presserat noch eine Funktion?“, 13. Oktober 2008, ÖÖ. Presseclub, Ursulinenhof Linz.

³⁸¹ Vgl. ebenda.

³⁸² Vgl. Kraus, 2008, S. 19.

6.3.1.1 Aufgaben einer freiwilligen Selbstkontrolle

Anhand verschiedener Beispiele wurde in Kapitel 4.3 die Verletzung der journalistischen Sorgfalt sowie ethischer Normen durch digitale Bildmanipulationen aufgezeigt.

„Dass Kontrollen (...) wichtig und dringend notwendig wären, ist dabei unumstritten.“³⁸³

Die Aufgaben einer freiwilligen Selbstkontrolle umfassen folgende Punkte.³⁸⁴

- Entwicklung und regelmäßige Reflexion und Prüfung von Ethikkodizes und verbindlichen ethischen Qualitätsstandards für journalistisches Handeln. Das betrifft den gesamten Produktionsprozess, besonders die Veröffentlichung von Bildern.
- Forcierung der Weitergabe ethischer Richtlinien in der Journalistenaus- und -weiterbildung sowie die Herstellung eines öffentlichen Bewusstseins für die Bedeutung einer journalistischen Berufsethik.
- Entgegennahme und Beratung konkreter Fälle. Die Vorgangsweise differiert in Bezug darauf, ob ein Presserat Beschwerdefälle nur entgegennimmt oder auch selbst aktiv die Berichterstattung verfolgt.
- Verurteilung von Verstößen gegen den Ehrenkodex. Darüber hinaus ist im Rahmen der Medienselbstregulierung dafür zu sorgen, dass Entscheidungen verbreitet und veröffentlicht werden.

Als Teilbereich der Medien-Profession fiel auch der Fotojournalismus – sofern dessen Produkte in Printmedien veröffentlicht wurden – in den Bereich des Presserats. Dabei stellte der österreichische Presserat in seinem Bericht zum letzten Jahr seines Wirkens fest, dass sich die Aufmerksamkeit der Redaktionen und der Rezipienten verstärkt auf die Bildberichterstattung konzentrierte. Speziell werden Pressebilder von Unfallszenen oder Krankenzimmern kritisch wahrgenommen.³⁸⁵ Bei den Beanstandungen handelt es sich jedoch in erster Linie um Verletzungen des höchstpersönlichen Lebensbereichs bzw. Diffamierungen, nicht aber um manipulative Eingriffe in die Bildaussagen. Folglich stellt sich die

³⁸³ Kraus, 2008, S. 18.

³⁸⁴ Vgl. ebenda.

³⁸⁵ Vgl. Klar, Peter: Österreichischer Presserat. In: VÖZ-Jahrbuch Presse 2001. Online unter: <http://www.voez.at/d169> [Stand 02.07.2009]

Frage, ob Mediennutzer – wie bereits hingewiesen wurde – Bildmanipulationen nicht erkennen oder sie diese nicht als medienethische Verstöße wahrnehmen. Beschwerden gegen die in der vorliegenden Forschungsarbeit genannten exemplarischen Beispiele (siehe Kap. 5.3.2.4 und 5.3.2.8) konnten nicht eruiert werden. Auf den Ehrenkodex, dessen Anwendbarkeit im Fotojournalismus sowie Lösungsansätze zur Überarbeitung, wird weiter unten noch genauer eingegangen.

6.3.2 Modell der Chefredakteure: Die Leseranwaltschaft

Trotz mehrmaliger Wiederbelebungsversuche, scheiterte die Einrichtung eines neuen Presserats bislang. Am 27. November 2003 teilte die APA mit: „Presserat: Chefredakteurs-Modell nimmt Gestalt an“³⁸⁶. Auf Initiative des von Claus Reitan³⁸⁷, damals Chefredakteur der *Tiroler Tageszeitung*, gegründeten Vereins der Chefredakteure, wurde ein Alternativmodell zum Presserat vorgeschlagen. Mit der so genannten „Presse- oder Leseranwaltschaft“ sollte das „Vakuum“ gefüllt werden, das der ehemalige Presserat hinterlassen hatte.³⁸⁸ Die 2007 eingerichtete Leseranwaltschaft versteht sich laut Homepage auf <http://www.leseranwaltschaft.at> als

„eine Einrichtung der Selbstkontrolle österreichischer Printmedien auf der Basis des Ehrenkodex der österreichischen Presse, der eine Verpflichtung der Herausgeber, Verleger und Journalisten zur Wahrhaftigkeit und Korrektheit bei Information und Kommentierung einmahnt.“³⁸⁹

Wie der ehemalige Presserat basiert auch die Leseranwaltschaft auf dem Ehrenkodex der österreichischen Presse. Beschwerden kann jedermann per E-Mail oder auf dem Postweg unter Angabe des betreffenden Artikels einreichen. Die Leseranwaltschaft, vertreten durch renommierte Journalisten wie Alfred Payrleitner, Sylvia Wörgötter, Wolfgang Mayr, Julia Sokol und Elisabeth Horvath, wurde zum

³⁸⁶ o. A.: Presserat: Chefredakteurs-Modell nimmt Gestalt an. Meldung der Austria Presse Agentur vom 27.11.2003.

³⁸⁷ Claus Reitan, heutiger Chefredakteur von *Die Furche*, wechselte 2006 von der *Tiroler Tageszeitung* zum neuen Produkt Wolfgang Fellner's, der Tageszeitung *Österreich*.

³⁸⁸ Vgl. o. A.: Presserat: Chefredakteurs-Modell nimmt Gestalt an. Meldung der Austria Presse Agentur vom 27.11.2003.

³⁸⁹ o. A.: Selbstverständnis der Leseranwaltschaft. Online unter: <http://www.leseranwaltschaft.at/> [Stand: 02.07.2009]

Teil skeptisch aufgenommen – wie von der Journalistengewerkschaft³⁹⁰ - und teilweise begrüßt.

„[Die Leseranwaltschaft sei, Anm. d. V.] (...) wichtiger Anfang, dass Zeitungen mit ihren Lesern auch wieder über das zu reden bereit sind, was sie (die Zeitungen und Journalisten) vielleicht falsch machen oder besser machen könnten.“³⁹¹

Letztendlich fehlt es auch der Leseranwaltschaft an Durchschlagskraft sowie Akzeptanz, Bekanntheit und damit Resonanz. Sie ist eine reine Vermittlungsstelle zwischen Publikum und Redaktionen, der es – ähnlich wie dem Presserat – an einer definierten Rechtsform, klar festgelegten „Beschickungsmodi“, Verfahrenswege und Sanktionsmöglichkeiten mangelt.³⁹²

6.3.3 Presserat neu: Überlegungen zur Reanimation eines Organs zur freiwilligen Selbstkontrolle

Damit ein neuer Presserat als effektives Instrument zur Medienselbstkontrolle bestehen kann und an Akzeptanz gewinnt, müsse er auf breitere Beine gestellt werden, konstatiert Eike-Clemens Kullmann, Vorsitzender der oberösterreichischen Journalistengewerkschaft.³⁹³ Im Prinzip gibt es seit der Auflösung des österreichischen Presserats Bemühungen dieses Organ zur freiwilligen Selbstkontrolle für Printmedien wieder zu beleben. Ein empirisches Forschungsprojekt von Matthias Karmasin zum journalistischen Berufshandeln ist zwar aus dem Jahr 1996, die Ergebnisse lassen jedoch auf eine grundsätzlich starke Zustimmung zu Prozessen institutioneller Selbstkontrolle schließen.³⁹⁴

Am 2. Juli 2008 verkündeten der VÖZ und die Journalistengewerkschaft sich unter Einbindung des Vereins der Chefredakteure auf ein Modell eines neuen österreichischen Presserats geeinigt zu haben. Neben dem VÖZ, der Journalistengewerkschaft und dem Verein der Chefredakteure als

³⁹⁰ Die Journalistengewerkschaft tritt für eine Reform des Presserats nach deutschem Vorbild ein. Vgl. o. A.: Presserat: Chefredakteurs-Modell nimmt Gestalt an. Meldung der Austria Presse Agentur vom 27.11.2003.

³⁹¹ Washietl, Engelbert: Wie bestechlich sind wir? In: Der österreichische Journalist. Heft 12/2007 + 1/2008, S. 76-78.

³⁹² Vgl. Kraus, 2008, S. 18.

³⁹³ Vgl. Podiumsdiskussion zum Thema „Die Jagd nach der Information. Haben journalistische Ethik oder Presserat noch eine Funktion?“, 13. Oktober 2008, ÖÖ. Presseclub, Ursulinenhof Linz.

³⁹⁴ Vgl. Karmasin, Matthias: Journalismus: Beruf ohne Moral? Journalistisches Berufshandeln in Österreich. Wien ²1996, S. 167f.

Gründungsmitglieder, sollen auch der Österreichische Zeitschriften- und Fachmedien Verband, der Presseclub Concordia sowie der Verband der Regionalmedien Österreichs im Trägerverein der Selbstkontrolle eingeladen werden. Der neue Presserat soll über eine breite Basis im Trägerverein sowie über eine hohe Akzeptanz der Printmedien hinsichtlich der Spruchpraxis verfügen.³⁹⁵ Im Gegensatz zum alten, „zahnlosen Tiger“ verspricht das neue Modell die Feststellungen des Rates rechtlich aufzuwerten.³⁹⁶ Die Effektivität des Presserats soll künftig auf zwei Ebenen sichergestellt werden: durch die betriebliche Selbstkontrolle sowie die nachträgliche Kontrolle. Die Mithilfe der Redaktionen gestaltet sich, so geplant, durch Ombudsleute, die in den jeweiligen Redaktionen der einzelnen Printmedien verankert werden. Darüber hinaus ist ein Ombudsmann für kleinere Medien beim Presserat selbst vorgesehen.³⁹⁷

„Die Befassung des Ombudsmannes kann entweder direkt oder über die Geschäftsstelle des Presserates erfolgen. Die Kompetenz der Ombudsleute besteht im Wesentlichen in der Streitschlichtung und soll vor allem bei einfacheren Fällen der raschen und unkomplizierten Erledigung von Beschwerden der Leserinnen und Leser dienen.“³⁹⁸

Skeptikern, die abermals an der Wirksamkeit des Presserats zweifeln, entgegnete der Vorsitzende der Journalistengewerkschaft, Franz C. Bauer, dass er die öffentliche Ächtung sehr wohl für sinnvoll halte, da die Reparatur des Verstoßes auf der gleichen Ebene passiere, wie der Verstoß selbst, nämlich durch publizistische Veröffentlichung.³⁹⁹

Der für Herbst 2008 angekündigte Presserat lässt nach wie vor auf sich warten.⁴⁰⁰ Fest steht, dass Herausgeber Wolfgang Fellner mit seiner Tageszeitung *Österreich* die Teilnahme am Presserat verweigert. Die *Kronen Zeitung* ist durch Mediaprint als Mitglied des VÖZ Teil des Prozesses.⁴⁰¹

Das Inkrafttreten des neuen Presserats wurde nun seit geraumer Zeit mehrmals verschoben. Uneinigkeit herrscht noch über einen Punkt in der Verfahrensordnung.

³⁹⁵ Vgl. Verband Österreichischer Zeitungen: Grundsätzliche Übereinstimmung über neues Modell der freiwilligen Selbstkontrolle. Pressemitteilung vom 02.07.2008, Online unter: <http://www.voez.at/b602m139> [Stand: 02.07.2009]

³⁹⁶ Vgl. ebenda.

³⁹⁷ Vgl. ebenda.

³⁹⁸ Ebenda.

³⁹⁹ Vgl. o. A.: Medienenquete: Skepsis an der Wirksamkeit des neuen Presserats. Meldung der Austria Presse Agentur vom 03.07.2008.

⁴⁰⁰ Vgl. Zwander, Wolfgang: Wo bleibt der neue Presserat? In: Falter, Nr. 38/08 vom 17.09.2008; Vgl. o. A.: Neuer Presserat lässt noch auf sich warten. Meldung der Austria Presse Agentur vom 16.01.2009.

⁴⁰¹ Vgl. Fidler, Harald: Entscheidender Termin für neuen Presserat. „Unerträgliche Schande“, dass Selbstkontrolle acht Jahre fehlte, findet Gewerkschaft – Fellner bisher nicht dabei. In: DerStandard vom 16.01.2009.

Es geht dabei um die Forderung des VÖZ, wonach jeder, der beim Presserat Beschwerde einreicht, eine Schiedsvereinbarung eingeht und auf zivilgerichtliche Ansprüche verzichten muss. Der VÖZ argumentiert, dass die Sprüche des Presserats häufig vom Gericht übernommen werden, was problematisch sei, denn dieser wird auf Basis des Ehrenkodex und nicht auf Basis des Medienrechts ausgesprochen. Ferner gehe es vor Gericht meist um eine finanzielle Entschädigung und nicht darum, ob etwas ethisch verwerflich sei.⁴⁰²

Im Mai 2009 wurde ein weiterer Versuch zur Institutionalisierung der freiwilligen Selbstkontrolle unternommen. Der Österreichische Journalisten Club (ÖJC) gründete den Medienrat.⁴⁰³

6.3.4 Medienrat des Österreichischen Journalisten Club

Mitte März rief der Österreichische Journalisten Club anlässlich des Fritzl-Prozesses in St. Pölten zur Einhaltung der journalistischen Ethik auf. Wenig später, am 20. Mai 2009, kam er VÖZ und Journalistengewerkschaft zuvor und gab die Neugründung eines Medienrats unter dem Vorsitz des Verfassungsexperten Heinz Mayer, Dekan der Rechtswissenschaftlichen Fakultät der Universität Wien, bekannt. Der Medienrat⁴⁰⁴ setzt sich aus folgenden Mitgliedern zusammen: Gerald Bäck (Geschäftsführer Public Watch), Silvia Ettl-Huber (Leiterin Internationales Journalismus Zentrum, Donau-Universität Krems), Rüdiger Landgraf (Chefredakteur Kronehitradio), Albert Malli (Stellvertretender Senderchef Ö3) und Marius Perger (Chefredakteur und Herausgeber Börsen-Kurier). Der Medienrat versteht sich als unabhängiges Organ der nichtstaatlichen, freiwilligen Selbstkontrolle des österreichischen Journalismus und setzt es sich zum Ziel behauptete oder vermutete Missstände im Journalismus zu untersuchen. Als Maßstab dienen die journalistische Sorgfaltspflicht und Berufsethik.⁴⁰⁵ Mit Unterschied zum „alten“ Presserat, beschreibt Fred Turnheim, Initiator des Medienrates, das freiwillige Selbstkontrollorgan als zeitgemäße, moderne Schiedsstelle, die alle

⁴⁰² o. A.: Medienrat, Presserat, anything else? In: Horizont, Nr. 23 vom 05.06.2009

⁴⁰³ Vgl. ebenda.

⁴⁰⁴ Kontakt, Informationen zu den Mitgliedern sowie ein Rückblick auf die Pressekonferenz des österreichischen Medienrates am 27.05.2009, Online unter: <http://www.medienrat.at/> [Stand: 03.07.2009]

⁴⁰⁵ Vgl. o. A.: ÖJC gründet Medienrat mit Verfassungsrechtler Mayer an der Spitze. Meldung der Austria Presse Agentur vom 20.05.2009; Vgl. o. A.: ÖJC verteidigt Medienrat und geht von Akzeptanz in der Branche aus. Meldung der Austria Presse Agentur vom 20.05.2009; Vgl. o. A.: Journalisten-Club gründet Medienrat. Wiener Zeitung, Nr. 98 vom 22.05.2009.

österreichischen Medien und nicht nur die Zeitungen umfasst.⁴⁰⁶ Die Bezeichnung als Schiedsstelle scheint nicht korrekt zu sein, zumal die Initiatoren darauf hinweisen, dass die publizierte Rechtsmeinung auch als Anhaltspunkt in eventuellen Gerichtsverfahren dienen könne. Das Wesen einer Schiedsstelle ist jedoch der Ausschluss eines Rechtsweges.⁴⁰⁷

Kritiker wiederum prophezeien dem neuen Selbstkontrollorgan, aufgrund seiner ähnlichen Strukturierung wie beim Presserat, ein baldiges Ende.⁴⁰⁸

6.4 Co-Regulierung: Bedingungen für eine wirksame Medienkontrolle

Im letzten Kapitel wurden aktuelle sowie geplante Modelle der Selbstkontrolle in Österreich beschrieben. Im Rahmen ihrer Studie zur Selbstregulierung und Selbstorganisation österreichischer Printmedien, schlagen Franzisca Gottwald, Andy Kaltenbrunner und Matthias Karmasin ein Modell der Co-Regulierung mit dem Fokus Selbstorganisation für Österreich vor.⁴⁰⁹ Das bedeutet der Staat würde mittels rechtlichem Rahmen die Medienbranche zur Selbstregulierung verpflichten, die Normsetzung sowie die Bestimmung von Inhalten und Zielen wären Aufgabe der Medienbranche. Gottwald, Kaltenbrunner und Karmasin beschreiben dabei ein Modell einer Selbstkontrollereinrichtung auf Unternehmens- und Branchenebene mit klaren rechtlichen Formen und verbindlichen Kompetenzen, um ethische Standards festzulegen und zu kontrollieren.⁴¹⁰

In Anbetracht der Konvergenz der Medienlandschaft, ist dabei eine Ausweitung auf neue mediale Formen und Inhalte unerlässlich. Eine Selbstregulierung, die nur auf Freiwilligkeit beruht, scheint – wie der Presserat zeigte – wenig aussichtsreich. Die Wirkung der Selbstkontrolle liegt in der Möglichkeit Sanktionen zu verhängen wie Geldstrafen, Veröffentlichungspflicht oder Nachschulungspflicht. Weiters liegt ihr möglicher Erfolg in der Qualitätsdiskussion über redaktionelle, professionelle und

⁴⁰⁶ Vgl. o. A.: ÖJC gründet Medienrat mit Verfassungsrechtler Mayer an der Spitze. Meldung der Austria Presse Agentur vom 20.05.2009.

⁴⁰⁷ Vgl. o. A.: Medienrat, Presserat, anything else? In: Horizont, Nr. 23 vom 05.06.2009.

⁴⁰⁸ Vgl. o. A.: ÖJC gründet Medienrat mit Verfassungsrechtler Mayer an der Spitze. Meldung der Austria Presse Agentur vom 20.05.2009; Vgl. o. A.: ÖJC verteidigt Medienrat und geht von Akzeptanz in der Branche aus. Meldung der Austria Presse Agentur vom 20.05.2009; Vgl. o. A.: Journalisten-Club gründet Medienrat. Wiener Zeitung, Nr. 98 vom 22.05.2009.

⁴⁰⁹ Vgl. Gottwald/ Kaltenbrunner/ Karmasin, 2006, S. 114ff.

⁴¹⁰ Vgl. Gottwald/ Kaltenbrunner/ Karmasin, 2006, Kurzzusammenfassung der Studie, Online unter: <http://www.medienhaus-wien.at/cgi-bin/file.pl?id=74> [Stand: 02.07.2009]

ethische Standards, beispielsweise in Form von Zertifizierung, Prämierung oder anderen Anreizsystemen.⁴¹¹

Eine Einrichtung zur Selbstkontrolle ist ein wichtiger Schritt zur Qualitätssicherung und Aufrechterhaltung ethischer Standards, nimmt jedoch nicht alle anderen Ebenen bzw. Akteure (Individuum, Unternehmen, Publikum) aus der Verantwortung.

„Bei Implementierung eines Medienselbstkontrollinstrumentariums in Österreich sollte also das Spannungsfeld zwischen Individual-, Institutionen und Öffentlichkeitsebene, also zwischen Journalisten und ihrer Profession, den Medienunternehmen, dem Staat und der Öffentlichkeit berücksichtigt werden.“⁴¹²

Aus diesem Grund findet sich in der Fachliteratur mehrfach der Appell an ein Mehrstufenmodell der Medienethik für die Medien-Selbstkontrolle. Selbstkontrolle wird dabei so interpretiert, dass die Selbstkontrolle aus der Profession heraus stattfindet, dass es aber einzelner Individuen, Medienunternehmen und Medienteilnehmern zu ihrer Umsetzung bedarf⁴¹³. Pressebilder von Fotojournalisten sind Teil der Medienprodukte, auch sie müssen ethischen Standards genügen und bedürfen daher eines Orientierungsrahmens. Der Ehrenkodex der österreichischen Presse bildet den Orientierungsrahmen für Medienschaffende in Österreich. Deshalb scheint es sinnvoll dessen Normen auf die Verankerung der Bildethik und hinsichtlich Reglementierung digitaler Bildmanipulationen zu prüfen.

6.5 Verankerung der Bildethik im Ehrenkodex

Weltweit haben Journalisten-Organisationen und Medienunternehmen so genannte „Codes of Ethics“ formuliert, worin sie Verhaltensnormen für die Medien-Profession festschreiben und darüber hinaus großteils kommentieren, wie sie zu digitaler Bildbearbeitung stehen.⁴¹⁴ Diese Kodizes sind normative Basis sowohl für Medienschaffende, als auch Entscheidungsgrundlage für Selbstkontrollgremien. Der „Code of Ethics“ der amerikanischen Bildjournalisten-Vereinigung NPPA (National Press Photographer Association) besagt:

⁴¹¹ Vgl. Gottwald/ Kaltenbrunner/ Karmasin, 2006, Kurzzusammenfassung der Studie, Online unter: <http://www.medienhaus-wien.at/cgi-bin/file.pl?id=74> [Stand: 02.07.2009]

⁴¹² Gottwald/ Kaltenbrunner/ Karmasin, 2006, S. 114.

⁴¹³ Vgl. Stapf, 2006, S. 145.

⁴¹⁴ Vgl. Büllesbach, 2008, S. 113.

„As journalists we believe the guiding principle of our profession is accuracy; therefore, we believe it is wrong to alter the content of a photograph in any way that deceives the public.“⁴¹⁵

Der NPPA „Code of Ethics“ setzt einen sehr hohen Standard voraus, dem jedes Mitglied der Vereinigung beizupflichten hat. Oberste Priorität haben dabei eine hohe Qualität in allen Formen des visuellen Journalismus sicherzustellen sowie das Vertrauen der Öffentlichkeit in den Bildjournalismus zu stärken.

Die Associated Press (AP) konstatiert in ihren Richtlinien: „AP pictures must always tell the truth.“ Weiters legt AP die Anforderungen an Pressebilder und die Grenzen der digitalen Bildbearbeitung folgendermaßen fest:

„ We do not alter or manipulate the content of a photograph in any way. (...) No element should be digitally added to or subtracted from any photograph. (...) Only retouching or the use of the cloning tool to eliminate dust and scratches are acceptable. Minor adjustments in PhotoShop are acceptable. These include cropping, dodging and burning, conversion into grayscale, and normal toning and color adjustments that should be limited to those minimally necessary for clear and accurate reproduction (...) and that restore the authentic nature of the photograph. Changes in density, contrast, color and saturation levels that substantially alter the original scene are not acceptable. Backgrounds should not be digitally blurred or eliminated by burning down or by aggressive toning.“⁴¹⁶

In ihrem Richtlinien-Katalog definiert die AP, was im Zuge der Bildproduktion und -bearbeitung erlaubt ist und was nicht. Entsprechend vage liest sich im Gegensatz dazu der Ehrenkodex der österreichischen Presse, in welchem es keinen eigenen Punkt für die Bildberichterstattung gibt (siehe Ehrenkodex der österreichischen Presse im Anhang A). Gemäß Ziffer 1 ist die „Freiheit in Berichterstattung und Kommentar, in Wort und Bild“ zu garantieren. Indirekt gilt bei der Recherche und Wiedergabe von Nachrichten, also auch in Form von Bildern, gewissenhaft und korrekt zu arbeiten. Nach Ziffer 7 gilt es bei der Beschaffung von Bildmaterial sowie der Verwendung von Privatfotos unlautere Methoden zu unterlassen und bei der Wiedergabe von Bildern ein berechtigtes öffentliches Interesse zu beachten. Die vergleichsweise geringe Anzahl an Entscheidungen des Presserats Bilder betreffend, beziehen sich in erster Linie auf die Veröffentlichung diffamierender

⁴¹⁵ NPPA – National Press Photographer Association: Digital Manipulation Code of Ethics. NPPA Statement of Principle. 1991, Online unter:

http://www.nppa.org/professional_development/business_practices/digitaethics.html [Stand: 04.07.2009]

⁴¹⁶ The Associated Press: The Associated Press statement of news values and principles. 16.02.2006, Online unter: <http://www.ap.org/newsvalues/index.html> [Stand: 04.07.2009]

Darstellungen, die die Rechte und Würde von Personen missachten.⁴¹⁷ Unter Ziffer 3 regelt der Ehrenkodex der österreichischen Presse, die Unterscheidbarkeit und geht darin auf Bildbearbeitungen folgendermaßen ein:

„Fotomontagen und Bildbearbeitungen, die von flüchtigen Lesern/innen als dokumentarische Abbildungen aufgefaßt werden, müssen deutlich als Montagen oder Bearbeitungen kenntlich gemacht werden.“⁴¹⁸

Wie bearbeitete Pressebilder zu kennzeichnen sind, wird im Ehrenkodex nicht näher spezifiziert. So bleibt beispielsweise der korrekte Umgang mit inszenierten Fotos und Symbolfotos offen. Genauer gehen auf diesen Punkt die Publizistischen Grundsätze des Deutschen Presserats ein. Auch gemäß diesen Richtlinien sind Illustrationen und Fotografien, die beim flüchtigen Lesen als dokumentarische Abbildung aufgefasst werden können, entsprechend klar zu stellen.

So sind folgende Bilder und Illustrationen deutlich in der Bildlegende bzw. dem Bezugstext kenntlich zu machen.⁴¹⁹

- „Ersatz- oder Behelfsillustrationen (gleiches Motiv bei anderer Gelegenheit, anderes Motiv bei gleich Gelegenheit, etc.)
- Symbolische Illustrationen (nachgestellte Szene, künstlich visualisierter Vorgang zum Text etc.)
- Fotomontagen oder sonstige Veränderungen“⁴²⁰

Wie die Associated Press zeigt, werden ethische Prinzipien in Bezug auf Bildmanipulationen auch auf Unternehmensebene formuliert. Ein weiteres Beispiel hierfür ist das deutsche Nachrichtenmagazin *Spiegel*. Laut den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der *Spiegel*-Gruppe hat der Fotograf zu gewährleisten, dass das Foto nach der Belichtung nicht inhaltlich manipuliert wurde.⁴²¹ Vergleichbare Richtlinien konnten bei österreichischen Nachrichtenmagazinen nicht gefunden werden.

⁴¹⁷ Vgl. Österreichischer Presserat: Berichte 1998-2001, Online unter: <http://www.voez.at/suche.php?PHPSESSID=30ec3165f80f4dbffff9be0c21096ff&stext=Presserat&x=26&y=9> [Stand: 04.07.2009]

⁴¹⁸ Österreichischer Presserat: Grundsätze für die publizistische Arbeit (Ehrenkodex für die österreichische Presse). Richtlinie 3.3, 1999.

⁴¹⁹ Vgl. Deutscher Presserat: Publizistische Grundsätze. Bonn 2006.

⁴²⁰ Ebenda.

⁴²¹ Vgl. Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Spiegel-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG, Online unter: <http://www.spiegelgruppe.de/spiegelgruppe/home.nsf/Navigation/0BF392B130EA1A3AC1256F5F00350C80?OpenDocument> [Stand: 08.07.2009]

Es ist festzustellen, dass der Ehrenkodex der österreichischen Presse durchaus noch genauer auf die Bildberichterstattung eingehen könnte und exaktere Richtlinien zur Bildbearbeitung definieren könnte. Allerdings ist an dieser Stelle noch einmal zu betonen, dass es den Ehrenkodex zwar gibt, jedoch - seit der Auflösung des Presserats - niemand über dessen Einhaltung wacht.

Mit Aufkommen der digitalen Technik wurde deutlich, dass es nicht länger um die Frage ging, ob Veränderungen am Bild zulässig sind, sondern in welchem Ausmaß. So stehen nunmehr Fragen im Vordergrund, wann durch eine Bildbearbeitung der Bildinhalt verändert wird, ab wann eine Täuschung der Mediennutzer vorliegt und wann Fotos gekennzeichnet werden müssen.

6.6 Kennzeichnung von Pressefotos

Nicht nur perfektere Techniken, auch die unüberschaubare Flut an manipulierten Bildern macht es unmöglich, authentische Bilder von bearbeiteten Bildern zu unterscheiden. Es gibt verschiedene Bemühungen, ein Kategoriensystem zur Klassifikation von manipulierten Bildern zu entwickeln. Seit 1995 kennzeichnet die Agentur *Tony Stone* sämtliche bearbeitete Bilder nach einem speziellen System, das den Grad der Veränderung der Bilder für den Rezipienten nachvollziehbar machen soll. Es wird insgesamt zwischen drei Kategorien unterschieden:⁴²²

- Digital Composite (DC): Bilder, bei denen Elemente verschoben, entfernt oder hinzugefügt wurden;
- Digital Enhancement (DE): Bilder, bei denen wesentliche Elemente verändert wurden;
- Colour Enhancement (CE): Bilder, bei denen Farben deutlich verändert wurden;

Ausgehend von Deutschland gibt es seit mehr als einem Jahrzehnt das Bestreben, eine international einheitliche Kennzeichnungspflicht manipulierter Fotos zu etablieren. 1997 verabschiedeten die wichtigsten Fotografen-Verbände Deutschlands, der Bund Freischaffender Foto-Designer (BFF), Bundesverband der Pressebild-Agenturen und Bildarchive (BVPA), Centralverband Deutscher

⁴²² Vgl. Büllesbach, Alfred: Elektronische Bildmanipulation. In: Bundesverband der Pressebild-Agenturen und Bildarchive e.V. (Hrsg.): Bildquellenhandbuch 1997. Berlin 1997, S. 58-59. Zit. nach: Schicha, 2006, S. 97.

Berufsphotographen (CV), Deutscher Journalisten-Verband (DJV), DOK-Verband, FreeLens – Verein der Fotojournalistinnen u. Fotojournalisten und die IG-Medien, ein „Memorandum zur Kennzeichnungspflicht manipulierter Fotos“. Demnach ist jedes dokumentarisch-publizistische Foto, das nach der Belichtung verändert wird, mit dem Zeichen [M] zu kennzeichnen. „Eine Kennzeichnung muss stets erfolgen, wenn:

- Personen und/oder Gegenstände hinzugefügt und/oder entfernt werden,
- verschiedene Bildelemente oder Bilder zu einem neuen Bild zusammengefügt werden,
- maßstäbliche und farbliche, inhaltsbezogene Veränderungen durchgeführt werden.“⁴²³

Als die Fotografen-Verbände 1997 das Memorandum ins Leben riefen, glaubten sie es wie das Copyright-Zeichen verbreiten zu können. Der große Durchbruch blieb allerdings aus.⁴²⁴ Zum Teil wird die Kennzeichnung bearbeiteter Bilder auch als inakzeptabel abgelehnt, da befürchtet wird, dass eine Vielzahl an Bildern unter die Kennzeichnungspflicht fallen würde und das zu einer Verunsicherung der Leser führen könnte.⁴²⁵ Einen weiteren Ansatz, um die Kennzeichnung von manipulierten Bildern sicherzustellen, spricht der deutsche Fotograf David Seiler an. Er appelliert an alle Fotografen eine Regelung über die Zulässigkeit von Manipulationen bzw. die Kennzeichnungspflicht – ähnlich der *Spiegel*-Gruppe – in die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs) aufzunehmen.⁴²⁶

Zweifellos scheint eine einheitliche Kennzeichnung manipulierter Fotos sinnvoll. Fraglich bleibt jedoch, ob ein entsprechend aufklärender Text beim Bild durch den flüchtigen Betrachter wahrgenommen wird. Weiters trägt das [M] zwar der Kennzeichnung manipulierter Bilder Rechnung, es lässt jedoch zusätzliche, bereits angeführte Möglichkeiten der Manipulation, wie durch falsche Beschriftung oder Inszenierungen, außer Acht.

⁴²³ BVPA, Bundesverband der Pressebild-Agenturen und Bildarchive e.V.: Memorandum zur Kennzeichnungspflicht manipulierter Fotos. Online unter: <http://www.bvpa.org/Aktivitaeten/Initiativen.php> [Stand: 09.03.2009]

⁴²⁴ Vgl. Lühr, Rüdiger: Merkel [M]akellos oder mit Schweiß? In: M – Menschen Machen Medien. Heft 11/2005, Online unter: http://www.verdi.de/mmm/archiv/2005/11/titelthema/merkel_m_akellos_oder_mit_schweiss [Stand: 04.07.2009]

⁴²⁵ Vgl. Jansen, 2000, S. 21.

⁴²⁶ Vgl. Lühr, Rüdiger: Merkel [M]akellos oder mit Schweiß? In: M – Menschen Machen Medien. Heft 11/2005, Online unter: http://www.verdi.de/mmm/archiv/2005/11/titelthema/merkel_m_akellos_oder_mit_schweiss [Stand: 04.07.2009]

So ist die Etablierung einer einheitlichen Kennzeichnungspflicht manipulierter Fotos schon aufgrund der Transparenz und Glaubwürdigkeit für die österreichische Medienlandschaft wünschenswert, tut jedoch dem Anspruch, umfassende ethische Standards festzulegen, nicht ausreichend genüge.

7 Empirische Untersuchung

In diesem Kapitel liegt der Fokus auf der empirischen Untersuchung, die ergänzend zur Theoriestudie durchgeführt wurde. Ziel der Empirie ist es, die im Theorieteil getroffenen Aussagen mit der Praxis zu vergleichen und darüber hinaus die offenen, forschungsleitenden Fragen zu beantworten. Zur Nachvollziehbarkeit der Ergebnisse wird im Folgenden auf die methodische Vorgangsweise sowie das Forschungsdesign eingegangen.

7.1 Methodik

Mittels Literaturrecherche wurde bereits auf das schwierige Verhältnis zwischen unproblematischer Bildoptimierung und Grenzen überschreitender Bildmanipulation eingegangen. Ebenso thematisiert wurden Aspekte wie die Digitalisierung, die einfacheren Möglichkeiten der Bildbearbeitung und der damit einhergehende Verlust der Glaubwürdigkeit. Wo die Grenze zwischen Bildoptimierung und Bildmanipulation liegt, wie in österreichischen Redaktionen damit umgegangen wird und wie und ob ethische Übertretungen geahndet werden können, dazu wurden Experten befragt.

7.1.1 Forschungsleitende Fragestellungen

- Wie wird mit Bildmanipulation in den Redaktionen umgegangen und was darf ein Bild- bzw. Fotojournalist?
- Wo ist die Grenze zwischen vertretbarer Bildoptimierung und ethisch inkorrektur Bildmanipulation?
- Gibt es einheitliche redaktionelle Vorschriften bzw. ethische Richtlinien hinsichtlich des Umgangs mit Pressebildern?
- Wie kann das Problem medienethisch inkorrektur Bildmanipulationen sinnvoll reguliert werden?
- Welche Maßnahmen könnten das Vertrauen und die Glaubwürdigkeit in den Fotojournalismus sicherstellen?

7.1.2 Das Experteninterview: Auswahl und Organisation

Als ergänzende empirische Untersuchung wurde ein qualitativer Zugang in Form von Experteninterviews gewählt. Erst die Befragung bereichsspezifischer Fachleute ermöglicht den Einblick in die journalistische Praxis, den tatsächlichen Produktions- und Entscheidungsprozess sowie eine Einschätzung der Umsetzbarkeit regulativer Maßnahmen. Die persönliche Befragung der Experten hat den Vorteil, dass der Interviewer direkten Einfluss auf den Gesprächsverlauf nehmen kann und er damit in der Lage ist eine „Regel- und Kontrollfunktion“ zu übernehmen.⁴²⁷

Die Experteninterviews wurden in Form einer offenen, halbstrukturierten Befragung durchgeführt, die unter dem Überbegriff „Problemzentriertes Interview“ zusammengefasst wird. Charakteristisch für diese Form der Befragung ist, dass der Befragte möglichst frei zu Wort kommt und die Interviewsituation so einem freien Gespräch nahe kommt. Es ist aber auf eine bestimmte Problemstellung zentriert. Hilfestellung gibt ein Interviewleitfaden, der zuvor analog zu den theoretisch erarbeiteten Problemstellungen, formuliert wird.⁴²⁸ „Es [Das problemzentrierte Interview] eignet sich hervorragend für eine theoriegeleitete Forschung, da es keinen rein explorativen Charakter hat, sondern die Aspekte der vorrangigen Problemanalyse in das Interview Eingang finden.“⁴²⁹

Für die Interviews wurden drei Experten ausgewählt, die jeweils unterschiedliche Funktionen in Medienunternehmen innehaben, jedoch innerhalb des fotojournalistischen Arbeitsprozesses eine tragende Rolle spielen.

„Experten sind Menschen, die ein besonderes Wissen über soziale Sachverhalte besitzen, und Experteninterviews sind eine Methode, dieses Wissen zu erschließen.“⁴³⁰

Hilfestellung bei der Auswahl der Experten gaben folgende Fragestellungen:⁴³¹

⁴²⁷ Vgl. Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin/ New York ⁹2000, S. 143.

⁴²⁸ Vgl. Mayring, Philipp: Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. Weinheim/ Basel ⁵2002, S. 67f.

⁴²⁹ Ebenda, S. 70.

⁴³⁰ Gläser, Jochen/ Laudel, Grit: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. Wiesbaden, 2004, S. 10.

⁴³¹ Gordon, Raymond L.: Interviewing. Strategies, techniques and tactics. Illinois, 1975, Zit. nach: Gläser/ Laudel, 2004, S. 113.

1. Wer verfügt über die relevanten Informationen?
2. Wer ist am ehesten in der Lage, präzise Informationen zu geben?
3. Wer ist am ehesten bereit, Informationen zu geben?
4. Wer von den Informanten ist verfügbar?

Für die Auswahl der Experten war es wichtig, dass diese nicht nur mit Pressefotos zu tun haben, sondern sie auch eine Entscheidungsmacht darüber haben, ob und in welcher Form ein Foto einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird. Weiters war relevant, dass ihr Expertenstatus durch einen entsprechenden Erfahrungshorizont sowie eine lange Dienstzeit beim jeweiligen Medium bzw. in der Medienbranche generell, gerechtfertigt ist.

Die Kontaktaufnahme mit den einzelnen Interviewpartnern erfolgte telefonisch oder per E-Mail. Um sicher zu gehen, dass sich die Befragten beim Interview wohl fühlen, wurde es ihnen überlassen Ort und Zeit zu bestimmen. Demnach erfolgten die Interviews in den Büros der Gesprächspartner oder in einer Cafeteria. Die Interviews erfolgten in einem Zeitraum von drei aufeinander folgenden Tagen und dauerten ungefähr 45-60 Minuten. Eine mögliche Anonymisierung der Befragung wurde mit den Interviewpartnern geklärt, jedoch wurde auf diese einstimmig verzichtet.

7.1.3 Kurzbeschreibung der Experten

1. Mag. Hubert Huber

Hubert Huber ist Chef vom Dienst bei der österreichischen Tageszeitung Kurier und lehrt darüber hinaus an der Fachhochschule Wien im Studiengang Journalismus. Als Chef vom Dienst ist Hubert Huber in einer Managementfunktion tätig. Er koordiniert die Blattplanung und -produktion und ist Schnittstelle zwischen Anzeigenabteilung, Produktion und den Ressorts untereinander.

2. Roland Schlager

Roland Schlager ist seit mehr als 12 Jahren als Bildredakteur und Fotograf bei der Austria Presse Agentur (APA) beschäftigt. In dieser Position ist er für die Erstellung, Bearbeitung und Beschriftung von Pressebildern zuständig. Weiters ist er im Rahmen einer internen Arbeitsgruppe derzeit für die Ausarbeitung festgeschriebener, fotojournalistischer Standards innerhalb der APA Bildredaktion zuständig.

3. Dr. Alexandra Förderl-Schmid

Alexandra Förderl-Schmid ist seit 2007 Chefredakteurin und Geschäftsführerin der österreichischen Tageszeitung Der Standard. Seit 1990 ist die Journalistin bereits beim Standard beschäftigt, wo sie zuletzt Ressortleiterin Wirtschaft war. Als Mitglied des Vereins für Chefredakteure ist sie als Mittlerin zwischen VÖZ (Verein österreichischer Zeitungen) und der österreichischen Journalistengewerkschaft wesentlich an den aktuellen Entwicklungen und Wiederbelebungen des Österreichischen Presserats beteiligt. Alexandra Förderl-Schmid ist auch Vorstandsmitglied der Initiative für Qualität im Journalismus (IQ).

7.2 Auswertung: Die qualitative Inhaltsanalyse

Der Auswertung liegen die Experteninterviews in wörtlich transkribierter Form als Basis vor. Zur besseren Lesbarkeit wurden Dialekte in Schriftdeutsch übertragen. Die Ausnahme waren wenige umgangssprachliche Ausdrücke, für die kein entsprechendes Wort in Hochdeutsch gefunden werden konnte. Für die Auswertung steht die inhaltlich-thematische Ebene im Vordergrund, Pausen und andere parasprachliche Elemente sind dabei nicht relevant und wurden aufgrund dessen nicht in die Transkription übernommen.

Die qualitative Inhaltsanalyse ist eine kommunikationswissenschaftliche Technik, die zum Ziel hat Texte systematisch zu analysieren, „indem sie das Material schrittweise mit theoriegeleitet am Material entwickelten Kategoriensystemen bearbeitet“⁴³². Die Stärke der Inhaltsanalyse ist die streng methodisch kontrollierte Vorgangsweise, bei der nicht die Häufigkeiten bestimmter Informationen analysiert werden, sondern der Inhalt der Informationen. Das Textmaterial wird demnach Schritt für Schritt untersucht, extrahiert, kategorisiert, ausgewertet und interpretiert. Laut Gläser und Laudel weist das von Mayring vorgeschlagene Verfahren einige prinzipielle Schwächen auf. So übernehmen alle Anwender der qualitativen Inhaltsanalyse das ex ante feststehende Kategoriensystem aus der quantitativen Inhaltsanalyse. Bei der Auswertung der Experteninterviews in dieser Arbeit wird dieser Einwand berücksichtigt und nach einem ersten Durchlauf durch einen Teil des Textes das Kategoriensystem an das empirische Material angepasst, also

⁴³² Mayring, 2002, S. 114.

vordergründig induktiv erhoben.⁴³³ Durch Extraktion werden die für die Beantwortung der Untersuchungsfragen relevanten Informationen aus dem Text ermittelt. Diese Informationen werden dann den definierten Kategorien zugeordnet und ausgewertet.

7.3 Kategorienbildung

Nachdem ich mich mit den thematischen Inhalten der Interviews eingehend befasst habe, kristallisieren sich folgende Kategorien heraus, an denen sich die Textinterpretation orientiert. Im Folgenden eine kurze Definition dieser Kategorien:

1. Relevanz von Medienethik in Österreich

Hier geht es um die Einschätzung der Experten welche Bedeutung dem Thema Medienethik in Österreich allgemein zukommt.

2. Bewertung von Bildbearbeitungen und redaktionelle Arbeitsweisen

Für die vorliegende Forschungsarbeit sowie den Verlauf der Interviews war es notwendig zu eruieren, wie die Experten zu Bildbearbeitungen stehen und wie dieses Thema in den Redaktionen gehandhabt wird. Zur Frage des redaktionellen Umgangs mit Pressebildern zählte auch, wer für die Bearbeitung und Freigabe respektive die Veröffentlichung von Bildern verantwortlich ist.

3. Grenze zwischen Bildbearbeitung und Bildmanipulation

Die Beschäftigung mit der Fachliteratur hat gezeigt, dass eine Grenze zwischen Bildbearbeitung und Bildmanipulation nicht klar gezogen werden kann und allenfalls fließend verläuft. Allerdings gibt es einen breiten Konsens darüber, was im vertretbaren Rahmen ist, also als „technischer Aufputz“ verstanden wird, und was klar manipulativ ist und zumindest gekennzeichnet werden müsste. Im Rahmen der Interviews wurde versucht nachzugehen, wo die Experten eine Grenze ziehen.

4. Ethische Richtlinien und Berufsnormen

Ziel war es heraus zu finden, nach welchen Richtlinien Medienschaffende arbeiten und ob der Ehrenkodex der österreichischen Presse als sinnvolles Instrument zur ethischen Orientierung betrachtet wird.

⁴³³ Vgl. Gläser/ Laudel, 2004, S. 192f.

5. Medienselbstkontrolle in Österreich

Die Wirksamkeit des Österreichischen Presserats wurde aufgrund seiner beschränkten Möglichkeiten Sanktionen auszusprechen häufig bemängelt. Nun, da eine Wiederbelebung eines „Presserats neu“ kurz bevor zu stehen scheint, wurden die Experten um ihre Einschätzung gebeten. Bei diesem Punkt geht es darum, ob und inwiefern ein Presserat ein sinnvolles Instrument zur freiwilligen Selbstkontrolle darstellt.

6. Regulierungsmöglichkeiten in Bezug auf digitale Bildmanipulation

Im Rahmen der letzten Kategorie ging es darum konkrete Handlungsstrategien und Regulierungsmöglichkeiten in Bezug auf digitale Bildmanipulationen fest zu machen. Die Experteninterviews dienten auch dazu anhand der Praxis festzustellen, auf welcher verantwortungstheoretischen Ebene angesetzt werden müsse und wie sie die Zukunft des Fotojournalismus beurteilen.

7.4 Auswertung der Experteninterviews

7.4.1 Experteninterview 1: Mag. Hubert Huber

1. Relevanz von Medienethik in Österreich

Medienethik hält Herr Huber grundsätzlich für ein sehr wesentliches Thema. Grund dafür sind die Werte, die sich in unserer globalisierten Welt sehr stark verschieben. Viele Werte, die lange Gültigkeit hatten, haben heute einen anderen Stellenwert. Aber auch die technologische Entwicklung ist ein Aspekt, der das Thema Medienethik immer relevanter macht. Sie ermöglicht zum Beispiel bei Bildbearbeitungen Dinge, die früher so nicht möglich waren, was jedoch gleichzeitig auch andere Probleme aufwirft.

Insgesamt aber denkt Herr Huber, dass über Medienethik im Tagesgeschäft zu wenig diskutiert wird, oft deshalb, weil zu wenig Zeit ist. Darüber hinaus ist häufig die Beurteilung schwierig, ob es sich in konkreten Situationen um ethische oder ästhetische Fragen handelt. Zum Teil verschwimmen nach seiner Meinung die Grenzen.

2. Bewertung von Bildbearbeitungen und redaktionelle Arbeitsweisen

Ein Pressefoto „technisch“ zu bearbeiten und zu optimieren ist für Herrn Huber vergleichbar mit dem Redigieren eines Textes. Darunter fällt beispielsweise das Aufhellen eines Bildes, wenn es in schlechter Lichtumgebung gemacht wurde, sodass „der Leser etwas davon hat“. Auch Bildmontagen werden häufig gemacht, allerdings immer gekennzeichnet. Ästhetische Bearbeitungen wie Falten zu glätten werden nicht gemacht. Künstlerische Eingriffe in ein Bild, die eindeutig als solche erkennbar sind, hält Herr Huber für unproblematisch. Er führt dazu ein Beispiel an, bei dem ein Bildredakteur des *Kurier* dem Präsidenten der Bundesarbeitskammer, Herbert Tumpel, ein blaues Auge zeichnete. Bei diesem Bild hätte niemand auf die Idee kommen können, dass Herbert Tumpel tatsächlich ein blaues Auge geschlagen wurde.⁴³⁴



Abb. 18: Herbert Tumpel mit blauem Auge: Titelblatt Kurier, 2009

Herr Huber spricht von sich aus auch das Thema „Inszenierung“ als Eingriff bzw. Manipulation an. Hierbei differenziert er allerdings in der Funktion von Medien als Nachrichten- bzw. Informationsmedien. Zum näheren Verständnis, was er unter Informationsbeiträgen versteht, führt Herr Huber Interviews an, bei denen Thema

⁴³⁴ Quelle: Kurier Österreich (Hubert Huber) vom 20.05.2009, Foto: Gerhard Deutsch: Kurier-Bildtechnik: Karner.

und Interviewpartner von der Redaktion ausgewählt werden und ein Beitrag mit entsprechenden Bildern illustriert wird. Dabei ist es nicht Ziel führend einen Konzernchef hinter seinem Schreibtisch zu zeigen. Besser ist es ein Foto in einer Umgebung zu inszenieren, wo der Leser dann direkt einen Zusammenhang herstellen kann. Für Agenturen, die ausschließlich Nachrichten verbreiten, gilt es als oberstes Gebot nicht in Ereignisse einzugreifen, denn sie nehmen jene Dinge und Geschehnisse mit, die passiert sind.

Aufgrund eines internen Redaktionssystems kann zu jeder Zeit nachvollzogen werden, woher ein Bild kommt und von wem es bearbeitet wurde. Die Bearbeitung von Bildern obliegt in der Regel eigenen Bildtechnikern, der Redakteur hat also nichts mit diesem Aufgabenfeld zu tun.

3. Grenze zwischen Bildbearbeitung und Bildmanipulation

Hubert Huber meint die Grenze zwischen der Optimierung und der Manipulation eines Bildes ist fließend. Problematisch wird es seiner Ansicht nach dann, wenn durch Montage, das Hinzufügen oder Entfernen von Elementen Inhalte oder Ereignisse vorgegeben werden, die in dieser Form nicht stattgefunden haben. Als Beispiel nennt er ein Foto vom Opernball, das den damaligen Bundeskanzler Alfred Gusenbauer, Stargast Dita von Teese, Ballchefin Desiree Treichl-Stürgkh sowie Wilhelm Molterer zeigt.⁴³⁵ Dieses Foto war eine Montage und machte den Eindruck, als würden diese vier Personen in einer Loge am Opernball stehen. Diese Szenerie hat so nie stattgefunden, hatte jedoch aufgrund der realistischen Darstellung das Potenzial den Betrachter auf den ersten Blick zu täuschen. Eine solche Montage stößt nach Meinung von Herrn Huber an die Grenzen des Manipulativen.

⁴³⁵ Quelle: Kurier Österreich (Hubert Huber) vom 01.02.2008; Foto APA, AP (2), Benedikt Loebell, Monika Szilagyi-Schrack, Elle Saab, Kurier-Montage: Pichler.

EU fordert Neuregelung für ORF und Zigaretten

„Österreich-Tag“ in Brüssel. Vier Klagsdrohungen hat die EU-Kommission am Donnerstag Richtung Wien geschickt. Sie will die Mindestpreise für Zigaretten genauso wie das geplante Lkw-Fahrverbot in Tirol kippen. Bei Autokläufen verlangt die Kommission eine Änderung der Besteuerung. Autos könnten dadurch billiger werden. Und den ORF drängt Brüssel zu mehr Transparenz im Umgang mit den Gebühren.
SEITE 5, 39

Politstreit um Psychiatrie

Der Brandunfall einer Patientin im Otto-Wagner-Spital schlägt politische Wellen. Die Opposition fordert nun den Rücktritt von Gesundheitsministerin Sonja Wehsely. Der Unfall sei direkte Folge des akuten Personalmangels auf der Psychiatrie.
SEITE 9

Starke Marken im Vormarsch

Die Österreicher greifen verstärkt zu Markenartikeln, die Geiz-ist-gut-Mentalität nimmt ab. Der Markenartikelverband startet eine neue Kampagne. Spar bricht die Kaufgespräche mit der deutschen Tengelmann um 360 Zielpunkt-Fillialen ab.
SEITE 22

Die Koalition zankt und tanzt

Opernball: Zerstrittene Regierungspartner mimen Einigkeit. SEITEN 2, 4, 18, 19



Staatsball mit viel Prominenz: Kanzler Alfred Gusenbauer, Lugners Stargast Dita von Teese, neue Ballchefin Desree Treichl-Stargkh, Vizekanzler Wilhelm Molterer (von rechts)

Abb. 19: Fotomontage Opernball: Titelblatt Kurier, 2008

4. Ethische Richtlinien und Berufsnormen

Hubert Huber hält den Ehrenkodex der österreichischen Presse für ein „recht taugliches Instrument“, um die Grundfragen der Ethik abzuklären, allerdings hält er es für schwierig für medienethische Themen klare Leit- und Richtlinien zu ziehen. Denn ob etwas ethisch korrekt ist oder nicht ist auch subjektiv und wie weit ein Medium geht, hängt vom Selbstverständnis desselben ab, „dieses Bild [von einem Medium] muss sich der Leser selbst machen“⁴³⁶.

„Bei uns in der Tageszeitung lässt man sich ungern auf solche Diskussionen ein, weil man immer das Gefühl hat, das sind Grundsatzdiskussionen und dafür haben wir keine Zeit.“⁴³⁷

Weiters betont Herr Huber die Individualethik im Rahmen von Entscheidungsprozessen, es geht darum, wie ethisch gefestigt eine Person ist. Die

⁴³⁶ Experteninterview 1 mit Huber Huber am 27.05.2009.

⁴³⁷ Experteninterview 1 mit Huber Huber am 27.05.2009.

Handlungsakteure sind der kleinste Nenner, mit dem jedes Kontrollsystem steht oder fällt.

5. Medienselbstkontrolle in Österreich

Den Presserat in seiner bisherigen Form hält Herr Huber als „überhaupt nicht“ sinnvoll zur Regulierung ethischer Verletzungen. Vielmehr gab es in Österreich nun einige Jahre keinen Presserat und „es ist niemandem wirklich aufgefallen“. Der Bezeichnung des Presserats als „zahnlosen Tiger“ stimmt Herr Huber zu und bemerkt im Zuge dessen auch die Ohnmacht bezüglich Sanktionierungen bzw. vielmehr die freiwillige Basis. So waren Medien, die den Presserat akzeptierten, dazu angehalten sie betreffende Rügen zu veröffentlichen, was zum Teil eingehalten wurde und zum Teil nicht. In diesem Fall fehlte dem Presserat „jegliche Handhabung“.

Zur möglichen Neuformierung des Presserats merkt er an, dass in erster Linie Einigkeit darüber herrscht, dass es eine Selbstkontrolle geben sollte. Die Institutionalisierung von Medienethik hält Herr Huber insgesamt für schwierig, da Einrichtungen wie der Presserat selbst auch nicht geahndet sind.

Weitere Bedenken äußert er in Bezug auf die Wirksamkeit von Entscheidungen für das Publikum. So gibt es seiner Meinung nach medienethische Fragen, für die in erster Linie Journalisten sensibilisiert sind, die sehr berufsspezifisch sind, welche von Mediennutzern jedoch nicht wahrgenommen würden. Dies gilt auch für das Berufsfeld der Fotojournalisten, welche zum Teil Wissen und Kompetenzen zur Manipulation von Bildern haben, die sich jeder Kontrolle durch Instanzen oder das Publikum entziehen.

6. Regulierungsmöglichkeiten in Bezug auf digitale Bildmanipulation

Im Rahmen der Neuformierung des Presserats wurde über ein Gütesiegel diskutiert, das Medien tragen sollten, die sich einer Selbstkontrolle unterziehen. Viel wichtiger aber und als wirksamste Methode zur (moralischen) Qualitätssicherung hält Herr Huber Transparenz und Nachvollziehbarkeit im Rahmen des Fotojournalismus, und damit den Aufbau von Vertrauen. Wesentliche Verfehlungen den Opfer- oder Persönlichkeitsschutz betreffend sieht Herr Huber ausreichend durch das Medienrecht abgedeckt, das jedem Bürger die Möglichkeit gibt sich zu wehren. Eine allumfassende Kontrolle oder Regulierungsmöglichkeiten sieht er nicht, im Gegenteil, er vertraut „naiv-blau-äugig“ auf die ehrlichen Intentionen der Medienschaffenden „das Beste machen zu wollen“.

7.4.2 Experteninterview 2: Roland Schlager

1. Relevanz von Medienethik in Österreich

Nach Meinung von Roland Schlager „wird jeder sagen es ist wichtig“. Die technologische Entwicklung im Fotojournalismus ist auf jeden Fall Grund das Thema Medienethik zu reflektieren. Zur Relevanz von Medienethik in Österreich führt Herr Schlager die breite Medienlandschaft an, bei der in Österreich „das obere Ende“ fehlt.

2. Bewertung von Bildbearbeitungen und redaktionelle Arbeitsweisen

Bilder werden in der Agentur technisch so bearbeitet, dass sie gut und druckbar sind, das hält Herr Schlager für vertretbar. Unter die „technische Bearbeitung“ fallen unter anderem Tonwertkorrekturen, Abwedeln⁴³⁸ beim Hintergrund sowie Aufhellung, sodass eine optische Balance im Bild hergestellt wird. Solche Korrekturen müssen bei professionellen Kameras vorgenommen werden, da diese von vorne herein darauf ausgelegt sind. Weiters nimmt die Kamera bzw. das Objektiv Dinge anders wahr, als das Auge. Die Kennzeichnung von Bildern ist deshalb kaum ein Thema, da keine Montagen oder ähnliches gemacht werden. Es gab einen Fall, bei dem ein anderer Bildredakteur ein Feature mit Playmobil-Männchen zur UEFA EURO 2008TM gemacht hat und einen Wisch-Effekt integrierte. Die Bearbeitung wurde im Text aufgeklärt, wobei laut Herrn Schlager hier zwischen News-Fotos und illustrativen Bildern unterschieden werden müsse. Eine gestellte Szene mit Menschen und bei tatsächlichen Ereignissen ist undenkbar.

3. Grenze zwischen Bildbearbeitung und Bildmanipulation

Technische Bearbeitungen, wie unter Punkt 2 angesprochen, sind für Herrn Schlager in Ordnung. Auch ist das „Croppen“, also einen Ausschnitt eines Bildes zu verwenden, ethisch vertretbar, denn der Fotograf könnte den Ausschnitt auch durch den Zoom oder Standpunkt verändern.

„Wo absolut die Grenze ist, ist wenn man inhaltlich etwas am Bild verändert. Und sei es nur ein Telefondraht oder ein Fleck an einer Wand im Hintergrund, die einem nicht gefallen. (...) Ich kann es wegcroppen, wenn es sich nicht ausgeht, dann habe ich halt Pech gehabt.“⁴³⁹

⁴³⁸ Durch Verringern der Belichtung (Abwedeln) wird zum Beispiel der Hintergrund aufgehellt.

⁴³⁹ Experteninterview 2 mit Roland Schlager am 28.05.2009.

Hier führt Herr Schlager auch die Spiegelung als gängige journalistische Praxis an, damit Pressefotos besser in das Layout passen. Allerdings ist eine Spiegelung auch eine inhaltliche Veränderung, die er für bedenklich hält, aber das wird mehrheitlich toleriert. Insofern hält er die Grenzziehung für eine „schwammige Geschichte“. Wichtig ist es den Leser nicht in die Irre zu führen. Auch Inszenierungen bzw. Bilder stellen sind bei der Agentur untersagt.

„Man ist zumeist in einer Situation, in der es eine Bühne gibt, eine Trennlinie zwischen den einen und den anderen. Zum Beispiel in der Innenpolitik ist es ja immer so, dass sich die Leute ohnehin präsentieren. Wir greifen aber nicht aktiv in irgendein Geschehen ein.“⁴⁴⁰

4. Ethische Richtlinien und Berufsnormen

Die Austria Presse Agentur (APA) ist gerade dabei jene Richtlinien, die intern allgemein bekannter Konsens sind, zu standardisieren und festzuschreiben. Dabei geht es um den Gebrauch von Bildern, was gemacht werden darf und was nicht. Dabei orientiert sich die Nachrichtenagentur auch an ethischen Prinzipien großer internationaler Agenturen. Es geht darum die Glaubwürdigkeit, Seriosität und Korrektheit, auf die die APA großen Wert legt, zu stärken und die Arbeitsweise der Bildredakteure transparent zu machen. In die Erstellung der Richtlinien, die Erhebung der Standards anderer Medien sowie die Strukturierung sind alle Fotografen eingebunden, das ist ein Prozess. Manipuliert werden konnte auch bereits in der Dunkelkammer, die Anwendungen und Methoden wurden durch die digitale Technik jedoch immer einfacher und es ist wichtig, dass sowohl nach innen als auch nach außen klar ist, was gemacht werden darf und was nicht.

5. Medienselbstkontrolle in Österreich

Ein Selbstkontrollorgan hält Roland Schlager grundsätzlich für sinnvoll, allerdings setzt eine effektive und zeitgemäße Kontrolle eine ständige Reflexion voraus. Der Presserat hat das nach Herrn Schlagers Ansicht getan, jedoch war er ein „Papiertiger“. Darüber hinaus schätzt er auch die Sanktionsmöglichkeiten wie die Rüge für nicht effektiv genug ein. Eine möglicherweise effektivere Sanktionierung hält er allerdings auch für heikel, das ist bei Medien schwierig.

⁴⁴⁰ Ebenda.

6. Regulierungsmöglichkeiten in Bezug auf digitale Bildmanipulation

Am sinnvollsten erachtet Herr Schlager eine Selbstkontrolle im Sinne einer kontinuierlichen Selbstreflexion sowie eine gegenseitige Beobachtung auf Individual-, Unternehmens- und Professionsebene. Auch spricht Herr Schlager sich für eine Kennzeichnungspflicht bei bearbeiteten Bildern aus, da „ die Glaubwürdigkeit des Bildes grundsätzlich“ davon abhängt. Auf die Frage nach einer kollektiven Regelung in Bezug auf digitale Bildmanipulationen stellt sich für Herrn Schlager die Frage, wer diese Verantwortung übernehmen soll. Für den Fotojournalismus und hinsichtlich Kompetenz sieht er die APA-Bildredaktion als „höchste Instanz“ in Österreich zur Festschreibung von Richtlinien. Er thematisiert dabei auch, dass sich Menschen mit diesem Thema auseinander setzen müssen, die den Fotojournalismus kennen. Die Ausarbeitung von Richtlinien – beispielsweise durch einen Presserat – sieht er nicht als ausreichend zur Regulierung:

„Und selbst wenn jetzt jemand Richtlinien ausarbeitet, was soll dann passieren, soll die jeder unterschreiben?“ ⁴⁴¹

Richtlinien und eine Regulierung durch ein externes Gremium lebt immer auch durch die Akzeptanz und davon wie ein solches System in der Realität gehandhabt wird.

7.4.3 Experteninterview 3: Dr. Alexandra Förderl-Schmid

1. Relevanz von Medienethik in Österreich

Dem Thema Medienethik wird in Österreich viel zu wenig Bedeutung beigemessen. Gerade im Bereich Fotojournalismus wird viel zu wenig diskutiert, was ethisch zulässig ist und was nicht. Dabei ist das ein enorm wichtiger Bereich, denn Bilder transportieren sehr viel, auch vom Spirit einer Zeitung.

2. Bewertung von Bildbearbeitungen und redaktionelle Arbeitsweisen

Es gibt einen starken Trend dazu Bearbeitungen von Bildern zuzulassen, nicht nur in Österreich, sondern international. Auch wir bearbeiten Bilder, Montagen sind grundsätzlich auch zulässig, aber sie müssen gekennzeichnet werden. Egal ob man ein Bild als Montage, Collage, etc deklariert. Qualitätsmedien machen das auch,

⁴⁴¹ Ebenda.

aber Boulevardmedien nicht und das ist laut Frau Förderl-Schmid ein großes Problem. Denn der Leser muss wissen, ob ein Foto manipuliert ist oder nicht.

„Bei uns in der Redaktion wird sehr viel diskutiert, vor allem über Bilder.“ ⁴⁴²

Bei kontroversen Bildern liegt die Letztentscheidung bei Frau Förderl-Schmid.

„Solche Fälle gibt es nicht viele, weil wir normalerweise nicht manipulieren. Wir nehmen ein Foto wie es ist.“ ⁴⁴³

3. Grenze zwischen Bildbearbeitung und Bildmanipulation

Eine generelle, allgemein gültige Grenze lässt sich schwer ziehen, sondern allenfalls anhand von Einzelfällen feststellen. Zulässig sind in Ausnahmefällen Korrekturen bei der Helligkeit, wenn die Lichtverhältnisse in der Aufnahmesituation nicht optimal waren. Da war die Aufhellung der Lesbarkeit des Bildes zuträglich [Frau Förderl-Schmid zeigt ein Foto von Soldaten in Afghanistan]. Darüber hinaus kann man vom Fotografen nicht erwarten immer ein perfektes Foto zu machen. Wenn das Aufhellen eines Bildes oder die Veränderung der Farbnuancen die Bildaussage verändern, ist das nicht tolerierbar. Bildmanipulation darf jedoch nicht nur auf die Bearbeitung von Fotografien beschränkt werden. Problematisch ist es auch, wenn zum Beispiel Archivbilder in einem aktuellen Kontext verwendet werden oder Szenen gestellt werden.

4. Ethische Richtlinien und Berufsnormen

Den Ehrenkodex der österreichischen Presse erachtet Frau Förderl-Schmid als gut, wichtig und richtig. Er ist eine „gute Richtschnur“, allerdings sehr „weich und vage formuliert“. Explizit im Foto-Bereich „kann man sich daran halten und viele tun es halt nicht“ ⁴⁴⁴, bemerkt Frau Förderl-Schmid. Festgeschriebene, interne Richtlinien gibt es nicht, allerdings ist sowohl intern als auch bei freien Fotografen bekannt, dass es strikte Richtlinien gibt, an die sich die Fotografen zu halten haben.

„[Fotografen] wissen genau, dass bei uns sehr viel einfach nicht geht. (...) da brauchen wir auch keine festgeschriebenen Regeln.“ ⁴⁴⁵

⁴⁴² Experteninterview mit Alexandra Förderl-Schmid am 29.05.2009.

⁴⁴³ Ebenda.

⁴⁴⁴ Ebenda.

⁴⁴⁵ Ebenda.

Grenzfälle werden im Rahmen der Redaktionskonferenzen in der Gruppe diskutiert. Zeitungen erwächst aufgrund ihrer Stellung in der Gesellschaft und ihrer Meinung bildenden Funktion eine besondere Verantwortung.

5. Medienselbstkontrolle in Österreich

Frau Förderl-Schmid ist seit November 2007 in 6-Augen-Gespräch mit VÖZ und Journalistengewerkschaft zur Neuformierung eines Presserates involviert. Sie zeigt sich zuversichtlich, dass es schon bald wieder einen Presserat geben wird. Die vorrangigen medienethischen Aufgaben eines Presserats sieht Frau Förderl-Schmid in der Klarstellung und Präzisierung solcher Themen wie der Bildmanipulation. Den Zustand, dass es 8 Jahre keinen Presserat gegeben hat, bezeichnet Frau Förderl-Schmid als „schlimm“.

6. Regulierungsmöglichkeiten in Bezug auf digitale Bildmanipulation

Die Regulierungsmöglichkeiten für digitale Bildmanipulationen sieht Frau Förderl-Schmid im neuen Presserat, der grundsätzliche Richtlinien vorgeben muss. Die Präzisierung des Ehrenkodex in Hinblick auf aktuelle medienethische Problemstellungen sieht sie als unerlässlich. Eine weitere Möglichkeit besteht auch in der Erlassung von Richtlinien und Empfehlungen. Allerdings werden nicht alle Themen und Details in Form von Statuten geregelt sein, es gibt zahlreiche Themen, mit denen sich der Presserat befassen und Stellung beziehen muss, damit ihm die gebührende Akzeptanz zukommt. An zu denken ist auch, ob der Presserat nicht Verurteilungen aussprechen soll, wenn manipulierte Bilder nicht entsprechend gekennzeichnet werden. Unter Berücksichtigung der Wirksamkeit des neuen Presserats-Modells, soll es ein Verfahren geben, mit Hilfe dessen klar gestellt wird, dass jedes Medium, das dem Presserat angehört, verpflichtet ist Sanktionsverfahren zu unterstützen und damit auch selbst veröffentlicht.

Um das Vertrauen und die Glaubwürdigkeit des Fotojournalismus künftig zu stärken, sieht Frau Förderl-Schmid die verpflichtende Kennzeichnung als wichtige Maßnahme. Eine Kennzeichnung wäre für die Rezipientenseite wichtig. Einen Appell richtet Frau Förderl-Schmid an die Individualethik, denn es ist ihrer Meinung nach essentiell, dass jeder im Prinzip weiß, wo die Grenzen des ethisch Vertretbaren liegen. Wichtig ist auch redaktionsintern ein Verständnis der Redakteure gegenüber Fotografen für Fotos, die in bestimmten Aufnahmesituationen gemacht wurden.

8 Diskussion und Interpretation der Ergebnisse

In diesem Kapitel sollen alle drei Experteninterviews⁴⁴⁶ in Anlehnung an die Forschungsfragen, miteinander verglichen und mit der ausgearbeiteten Theorie verbunden werden.

8.1 Bildbearbeitung: Umgang mit Pressefotos

Im Rahmen des theoretischen Teils der Arbeit wurden Auftrag und Aufgaben der Fotojournalisten beschrieben, wozu neben der optimalen Auswahl und Darstellung eines Motivs oder Situation auch das Nachbearbeiten von Bildern zählt. Wie aus allen Experteninterviews deutlich wurde, ist die Bearbeitung von Pressebildern etwas, das zwar durch die Digitalisierung der Fotografie vereinfacht wurde, jedoch auch davor bereits gemacht wurde. Von Hubert Huber und Alexandra Förderl-Schmid werden speziell Fotomontagen hervorgehoben. Es scheint international und in Österreich einen starken Trend zu Bearbeitungen von Bildern und insbesondere Fotomontagen zu geben. Was aufgrund fehlenden oder unpassenden Bildmaterials nicht ausgedrückt werden kann, wird montiert. Daraus lässt sich schließen, dass die grundsätzliche Hemmschwelle gegenüber Bildbearbeitungen sehr gering ist.

Die Freiheit Bilder zu bearbeiten, für die Leser aufzubereiten und „druckfähig“ und „lesbar“ zu machen, müsse, so der Konsens der Experten, den Redaktionen und Fotojournalisten zugestanden werden. Die Bearbeitung von Pressebildern wird dabei mit dem Redigieren von Texten verglichen.

„(...) wenn ich ein Bild mache in einer schlechten Lichtumgebung, es ist schlecht zu sehen und bearbeite es digital, helle es auf, dass der Leser etwas davon hat. Ist das jetzt schon Manipulation? In meinen Augen nicht, dass ist dasselbe als wenn ich einen Text redigiere.“⁴⁴⁷

Die drei Experten, Hubert Huber, Roland Schlager und Alexandra Förderl-Schmid, bestätigen, was auch anhand der Literatur recherchiert wurde: Die Grenze zwischen einer unbedenklichen Bildbearbeitung zur Bildmanipulation ist fließend und liegt häufig im Auge des Betrachters. Eine exakte, allgemein gültige Grenze kann nicht

⁴⁴⁶ Vgl. dazu die Auswertung der einzelnen Interviews anhand des Kategoriensystems in Kapitel 7.4 der vorliegenden Arbeit.

⁴⁴⁷ Experteninterview mit Hubert Huber am 27.05.2009.

gezogen werden. So werden jene Techniken, die in der Theorie als „Grammatik der Fotografie“ bezeichnet wurden, toleriert und nicht als Irreführung der Mediennutzer verstanden. Dazu zählen technische Verbesserungen am Bild wie die Veränderung der Helligkeit (bei schlechten Lichtverhältnissen), Tonwertkorrekturen oder das „Croppen“. Dies sind Eingriffe, die der Fotograf großteils auch bei der Aufnahme festlegen könnte. Die Grenze zur eindeutigen Manipulation, so die einstimmige Beurteilung, liegt in der inhaltlichen Veränderung von Pressebildern, wenn durch Hinzufügen oder Entfernen von Bildelementen sowie Veränderungen der Farbe eine Bildaussage verfälscht wird oder Ereignisse vorgegeben werden, die in dieser Form nicht stattgefunden haben.

„(...) sobald man den Charakter eines Bildes verändert, fängt es an problematisch zu werden.“⁴⁴⁸

Die eben angeführten Techniken zum Versuch eine Grenze zwischen optimierender Bildbearbeitung und Bildmanipulation zu ziehen, rekurren auf die ersten drei von insgesamt fünf Techniken der Bildmanipulation nach Dino Brugioni. Die drei Experten bestätigen, dass auch gestellte Szenen, also Inszenierungen, sowie eine falsche Beschriftung als Manipulationen zu klassifizieren sind und nicht gemacht werden. Darunter fallen beispielsweise auch Archivbilder, die in einem aktuellen Kontext verwendet werden.

„Man muss da auch ganz klar unterscheiden. Der hat da etwas hingestellt [Feature mit Playmobil-Männchen], eine Szene gestellt (...), das ist etwas anderes als wenn wir News-Fotos machen. Also Fotos, die tatsächliche Menschen, tatsächliche Ereignisse zeigen.“⁴⁴⁹

Allerdings werden die Aussagen über Bildmontagen und gestellte Szenen relativiert und darauf hingewiesen, dass es einen Unterschied macht, ob es sich um ein Nachrichtenfoto oder ein Feature-Bild handelt. Das impliziert, dass Medienschaffende bei Nachrichtenfotos, denen vom Mediennutzer die meiste Glaubwürdigkeit zukommt, auch die meiste Verantwortung haben. Toleranter werden demnach Manipulationen – auch ästhetischer Natur – gehandhabt, wenn sie der Illustration dienen und kein tatsächliches Ereignis wiedergeben.

⁴⁴⁸ Experteninterview mit Alexandra Förderl-Schmid vom 29.05.2009.

⁴⁴⁹ Experteninterview mit Roland Schlager vom 28.05.2009; Vgl. Auswertung Experteninterview 2 in Kapitel 7.4.2.

8.2 Ethische Normen als Richtschnur für moralisches Handeln

Der Ehrenkodex der österreichischen Presse wurde vom Österreichischen Presserat formuliert und legt auf Selbstverpflichtung ausgelegte Verhaltensnormen für die Medien-Profession fest. Trotz der Auflösung des Presserats scheint der Ehrenkodex für österreichische Medienschaffende nach wie Gültigkeit zu haben, wenn auch die Meinungen über den Ehrenkodex der österreichischen Presse zum Teil divergieren. Er wird zwar einheitlich als sinnvolles Instrument im Rahmen der publizistischen Selbstkontrolle gesehen, um „die Grundfragen der Ethik abzuklären“, aber mehr als eine Richtschnur ist er nicht:

„(...) ist gut und wichtig und richtig, aber es reicht nicht aus. In Österreich soll es wieder einen Presserat geben, hoffentlich in den nächsten Wochen. Und der Ehrenkodex ist eine gute Richtschnur, aber er ist sehr weich formuliert und von daher und explizit im Foto-Bereich kann man sich daran halten und viele tun es halt nicht. (...) es ist wirklich (...) viel zu vage formuliert.“⁴⁵⁰

Redaktionsinterne, festgeschriebene Standards gibt es in den Redaktionen, die die Experten vertreten, nicht. Es ist davon auszugehen, dass die wenigsten Redaktionen eigene, schriftliche Richtlinien haben. Allerdings wissen in den Produktionsprozess eingebundene Fotojournalisten, aber auch freie Mitarbeiter, welche ein Medium regelmäßig beliefern, was gewünscht wird.

„[Interne Richtlinien] festgeschrieben nicht, aber wir sind eine sehr diskussionsfreudige Redaktion. Und es ist bekannt, dass wir sehr strikte Richtlinien haben und die Fotografen – auch die Freien, die für uns arbeiten – halten sich daran. Sie wissen genau, dass bei uns sehr vieles einfach nicht geht.“⁴⁵¹

Die österreichische Nachrichtenagentur APA ist gerade dabei Informationen über internationale Richtlinien zu sammeln, sowie Normen, die intern bekannt und anerkannt sind, zu standardisieren und festzuschreiben. Es geht darum, dass sowohl nach innen als auch nach außen klar ist, was gemacht werden darf und was nicht.

⁴⁵⁰ Experteninterview mit Alexandra Förderl-Schmid vom 29.05.2009.

⁴⁵¹ Ebenda.

„Bei der APA ist es schon sehr wichtig. Da hängt auch die Glaubwürdigkeit dran und die APA ist schon sehr darauf bedacht sehr seriös, sehr korrekt mit Distanz zu allen Interessensgruppen zu sein.“⁴⁵²

Aus den Experteninterviews wird deutlich, dass es auf Unternehmensebene keinen Kodex gibt, Fotojournalisten aber einem unausgesprochenen Konsens folgen. Eine hohe Akzeptanz erfährt nach wie vor der Ehrenkodex der österreichischen Presse. Der vor zehn Jahren aktualisierte Normenkatalog zur Orientierung für journalistische Verhaltensweisen, bedarf einer dringenden Überarbeitung und Präzisierung gemäß aktueller technologischer Entwicklungen. Obwohl der Ehrenkodex auf Freiwilligkeit und Selbstverpflichtung der Fotojournalisten angewiesen ist, scheint er in erster Linie als geeignetes Instrument, um darin genauer zusammen zu fassen, was erlaubt ist und was nicht und um damit Fotojournalisten Orientierung zu geben.

Unerlässlich ist dennoch, dass jeder in einem Medienberuf Tätige Verantwortung übernimmt. Medien erwachsen aufgrund ihrer in Kapitel 6 angesprochenen Gewalten sowie ihrer Meinung bildenden Funktion, eine besondere Stellung in der Gesellschaft und damit eine besondere Verantwortung, die jeder wahr zu nehmen hat. Ein verantwortungsvoller Umgang mit Pressebildern ist nicht nur in Hinblick auf digitale Bildmanipulationen gefordert, sondern darüber hinaus ist es wichtig Verantwortung bei der Entscheidung zu beweisen, was man in den Medien zeigt.

„Ob ein Bild jetzt manipuliert wurde oder nicht. Ich kann es natürlich schon machen, aber letztendlich hängt es immer bei der Person und wie ethisch fest oder in sich gefestigt eine Person ist.“⁴⁵³

„(...) wir gehen auch sehr verantwortungsbewusst damit um, welche Bilder wir zeigen und welche wir nicht zeigen. Denn als Beispiel, also damit ist man in der Woche mehrfach konfrontiert – Anschlagbilder. (...) ich finde als Zeitung hat man eine besondere Verantwortung. Man muss nicht alles zeigen, was möglich ist, auch wenn wir die Bilder haben (...).“⁴⁵⁴

Im Zentrum stehen demnach eine stark gefestigte ethische Verantwortung auf Unternehmensebene, aber auch eine ausgeprägte Individualethik. Einer in der Fachliteratur festgestellten moralischen Überforderung der Medienmitarbeiter⁴⁵⁵ muss teilweise widersprochen werden. Sofern die Rahmenbedingungen für

⁴⁵² Experteninterview mit Roland Schlager vom 28.05.2009.

⁴⁵³ Experteninterview mit Hubert Huber vom 27.05.2009.

⁴⁵⁴ Experteninterview mit Alexandra Förderl-Schmid vom 29.05.2009.

⁴⁵⁵ Vgl. beispielsweise Karmasin, 1996, S. 166ff.

medienethisches Verhalten in einem Medienunternehmen gegeben sind, ist davon auszugehen, dass auf Individualebene ethisch gehandelt wird.

8.3 Regulierungsmöglichkeiten und Medienselbstkontrolle bei Bildmanipulationen

Im Theorieteil wurden verschiedene österreichische Modelle der freiwilligen Selbstkontrolle zusammengefasst und auf ihre Stärken und Schwächen hin, das Problem digitaler Bildmanipulationen zu regulieren, überprüft. Aus diesen theoretischen Überlegungen haben sich drei wesentliche Punkte herauskristallisiert. Zum einen sind alle am Produktions-, Distributions- und Rezeptionsprozess beteiligten Akteure gefordert Verantwortung zu übernehmen und wachsam zu sein. Obwohl der Öffentlichkeit im Rahmen der Medienkontrolle eine wichtige Funktion zugesprochen wird, kann sie im spezifischen Fall von digitaler Bildmanipulation nur bedingt ihren Beitrag leisten. Was das alte Modell des Presserats bewiesen hat, kann ein Modell zur Selbstkontrolle nur dann effektiv und erfolgreich sein, wenn es über entsprechende Möglichkeiten der Sanktionierung verfügt.

Die Meinungen über den Presserat als Organ zur freiwilligen Selbstkontrolle sind unterschiedlich. Grundsätzlich wird eine Selbstkontrolle – in welche Form auch immer – als sinnvoll erachtet. Seine beschränkte Macht und Wirksamkeit hat dem „alten“ Presserat oftmals die Bezeichnung eines „zahnlosen Tigers“ eingebracht. Inwiefern der Presserat als sinnvolles Instrument zur Medienregulierung betrachtet wird zeigen folgende Kommentare:

„Na gut, es hat jetzt 8 Jahre keinen [Presserat] gegeben, das ist ein Zustand, der viel schlimmer war.“ ⁴⁵⁶

„Der Presserat glaube ich überhaupt nicht. Wir haben jetzt ein paar Jahre lang keinen Presserat gehabt und es ist niemandem wirklich aufgefallen. Es gehen ja schon seit längerem die Bemühungen den Presserat zu reaktivieren, aber irgendwo fehlt den Leuten der Plan. (...) herausgekommen ist letzten Endes, worauf man sich am ehesten einigen kann, dass es eine gewisse Selbstkontrolle gibt (...).“ ⁴⁵⁷

⁴⁵⁶ Experteninterview mit Alexandra Förderl-Schmid vom 29.05.2009.

⁴⁵⁷ Experteninterview mit Hubert Huber vom 27.05.2009.

„Ja richtig, es war ein zahnloser Apparat (...) normalerweise sind die Leute, die den Presserat akzeptiert haben auch verpflichtet gewesen Rügen und so weiter zu veröffentlichen. Das ist schön und gut, wurde zum Teil gemacht und zum Teil nicht und dann fehlte dem Presserat jede Handhabung.“ ⁴⁵⁸

Damit ist jenes Manko angesprochen, dass dem alten Modell des Presserats vorgeworfen wird. Aufgrund der Freiwilligkeit charakterisierte den Presserat vordergründig die Ohnmacht gegenüber den Medien ausgesprochene Sanktionen auch durchzusetzen. Ein Modell einer effektiven Selbstkontrolle zu entwerfen, ist eine Gratwanderung, denn in Anbetracht des obersten Prinzips einer freiwilligen Selbstkontrolle die Freiheit der Presse zu wahren, ist jede Regulierung, die zu sehr in die Rechte und Informationspflicht der Medien eingreift, sensibel.

„Ich halte es [ein Selbstkontrollorgan] schon für sinnvoll, wobei Selbstkontrolle auch immer beinhaltet, dass man reflektiert. Der Presserat hat das (...) meines Wissens getan. (...) Er konnte eine Schelte aussprechen, aber (...) was soll man für Sanktionen aussprechen. Gegen Medien Sanktionen zu verhängen ist halt auch schwierig, heikle Angelegenheit. Das kann man auch nicht so einfach tun. Aber Selbstkontrolle im Sinne von Reflexion und gegenseitige Beobachtung halte ich für sehr sinnvoll.“ ⁴⁵⁹

Ein weiteres Problem, dass sich beim Versuch eine wirksame Medienselbstkontrolle in Österreich zu etablieren, auftut, sind die sehr berufsspezifischen, medienethischen Fragen. Im Theorieteil wurde diese Thematik speziell in Bezug auf digitale Bildmanipulationen angesprochen. Eine funktionierende Kontrolle durch das Publikum ist bei digitalen Bildmanipulationen zu bezweifeln, denn aufgrund deren perfekten Ausführung, bedarf es in vielen Fällen eines Insider-Wissens, um journalistische Fehlritte zu erkennen oder aufdecken zu können.

„(...) da ist auch die Frage, wie weit ist es für das Publikum wirksam. Es gibt Diskussionen, die sind berufsspezifisch, weil da Leute ein Problem wittern, das sie als Journalisten wahrnehmen, das Außenstehende jedoch gar nicht wahrnehmen können.“ ⁴⁶⁰

Eine sinnvolle und vor allem kollektive Lösung, um den Fotojournalismus hinsichtlich medienethischer Fragen zu regulieren, ist schwierig.

⁴⁵⁸ Ebenda.

⁴⁵⁹ Experteninterview mit Roland Schlager vom 28.05.2009.

⁴⁶⁰ Experteninterview mit Hubert Huber vom 27.05.2009.

„Wer soll es machen? (...) es müssen sich ja auch Leute damit beschäftigen (...) im Presserat sitzen dann Leute, die den Fotojournalismus einfach nicht kennen oder nicht gut genug kennen.“⁴⁶¹

Im Sinne einer korporativen Verantwortung und der differierenden Kompetenzverteilung hinsichtlich einer Medienkontrolle, scheint ein Mehrstufenmodell der Medienethik für die Medienselbstkontrolle erstrebenswert. Die Beschäftigung eines Selbstkontrollorgans mit berufsspezifischen Themen ist nicht als Nachteil für die Öffentlichkeit zu werten, sondern könnte dazu beitragen die Mediennutzer in Bezug auf bestimmte journalistische Fehlleistungen zu sensibilisieren.

Eine überzeugende Regulierung digitaler Bildmanipulationen sehen die drei Experten in unterschiedlichen Maßnahmen gewährleistet. Eine einheitliche Kennzeichnungspflicht für manipulierte Fotos ist für alle drei in jedem Fall zu begrüßen.

„Weil natürlich auch die Glaubwürdigkeit des Bildes grundsätzlich dran hängt.“⁴⁶²

Auf professionsethischer Ebene wird die Hoffnung einerseits in das neue Modell des Presserats gelegt, in dessen Aufgabenbereich künftig die Festlegung konkreter, zeitgemäßer Richtlinien für die Medienbranche liegen sollte.

„Also ich wäre dafür [für eine allgemeine Kennzeichnungspflicht manipulierter Fotos]. (...) den Ehrenkodex (...), den könnte man in dem Punkt präzisieren oder man könnte, wenn es den Presserat dann gibt, allgemeine Empfehlungen und Richtlinien erlassen. (...) Aber es ist nicht so, dass das [das Thema Manipulation] jetzt im Detail in den Statuten oder so geregelt ist, sondern das sich viele Dinge dann erst ergeben müssen, wozu der Presserat dann Stellung beziehen wird, aber das [digitale Bildmanipulationen] ist sicher ein Thema, dessen er sich annehmen soll und ich denke das wird er auch müssen.“⁴⁶³

Wie bereits mehrmals herausgearbeitet und hingewiesen wurde, ist es für die Neuformierung des Presserats unerlässlich tragfähige Mittel zur Sanktionierung zu überlegen.

⁴⁶¹ Experteninterview mit Roland Schlager vom 28.05.2009.

⁴⁶² Ebenda.

⁴⁶³ Experteninterview mit Alexandra Förderl-Schmid vom 29.05.2009.

„Da gibt es ein Verfahren, auf dass ich jetzt nicht näher eingehen kann und will, aber das ist klar gestellt, dass jedes Medium, das dem Presserat angehört, diese Sanktionsverfahren auch unterstützen muss und dass das dann auch veröffentlicht werden muss.“⁴⁶⁴

Auf unternehmensethischer Ebene liegt eine mögliche befriedigende Lösung in der Ausarbeitung redaktionsinterner Richtlinien und Maßstäbe, die sowohl nach innen für die Medienmitarbeiter, als auch nach außen für die Öffentlichkeit, transparent gemacht werden.

„Ich finde es spricht nichts dagegen, wenn man das redaktionsintern ausarbeitet und dann auch transparent macht, das man sagt, das sind unsere Richtlinien, damit wisst ihr woran ihr seid mit unseren Bildern. Das zu Institutionalisieren über einen Rat oder ein zentrales Gremium, da gibt es so viele Stolpersteine, da kommt auch nichts raus. (...) so etwas lebt immer von der tatsächlichen Akzeptanz, davon wie das in der Realität gehandhabt wird.“⁴⁶⁵

Mit der Transparenz ist bereits der letzte Ansatz angesprochen, der umgesetzt nicht nur auf Unternehmensebene, sondern in erster Linie auf individueller Ebene verspricht das Problem digitaler Bildmanipulationen zu lösen und die Glaubwürdigkeit in den Fotojournalismus zu stärken.

„Für mich ausschlaggebend ist, wenn der Leser nachvollziehen kann worum es geht, ist es transparent und daher nachvollziehbar. Also Transparenz halte ich für eine der wirksamsten Methoden der Kontrolle oder der Qualitätskontrolle oder der moralischen Kontrolle.“⁴⁶⁶

Demnach soll Transparenz der Schlüssel zum Aufbau von Glaubwürdigkeit und Erfolg eines Medienunternehmens sein und damit den ökonomischen Erfolg sichern.

„Ich glaube, dass (...) Transparenz, wenn ich demjenigen Menschen, die bei mir andocken – sei es in der Zeitung oder online – klar aufzeige, wie die Sachen zustande gekommen sind und warum wir das so und so präsentieren, dann wird das auf Dauer seinen Erfolg haben, weil die Leute wissen sie können sich auf dich verlassen.“⁴⁶⁷

⁴⁶⁴ Ebenda.

⁴⁶⁵ Experteninterview mit Roland Schlager vom 28.05.2009.

⁴⁶⁶ Experteninterview mit Hubert Huber vom 27.05.2009.

⁴⁶⁷ Ebenda.

9 Fazit und Ausblick

Medienethik stützt sich im Wesentlichen auf zwei Konzepte der Ethik, Freiheit und Verantwortung. Als Bereichsethik wurde sie in der vorliegenden Arbeit im Sinne einer korporativen Verantwortung verstanden, welche im Rahmen der Verhaltens- und Handlungsweisen auf vier Ebenen zum Tragen kommt: dem Individuum, dem Unternehmen, der Profession sowie dem Publikum. Die Medien als mehrstufiges System mit verschiedenen Gewalten und demnach einer besonderen Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit, sind durch ihre Prozesshaftigkeit, die dem kontinuierlichen Wandel der Gesellschaft Rechnung trägt, charakterisiert. Die zum Teil hohe Diskrepanz zwischen idealer Norm und praktischer Arbeitsrealität vor dem Hintergrund ökonomisch und wettbewerbsorientierter Interessen, erschwert eine Verankerung des zentralen Werts der Verantwortung.

Bildern kommt in der Medienethik eine spezielle Rolle zu. „Seeing is believing“ scheint in der heutigen Gesellschaft trotz technologischer Entwicklung und Bildern, die vielmehr mit dem binären Code zu tun haben als dem bisherigen Verständnis von materiellen Bildern, nach wie vor das vorherrschende Diktum zu sein. Vor diesem Hintergrund hat sich in den letzten Jahren im deutschsprachigen Raum ein kultureller Trend hin zum Bild entwickelt, der von zahlreichen Forschungsrichtungen aufgegriffen wurde. So auch im Rahmen der visuellen Kommunikationswissenschaft zur Entwicklung einer Bildethik.

Analog zur stärken wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem Bild, tritt eine deutliche höhere Aufmerksamkeit und Sensibilität gegenüber dem Bild in den Medien. Anhand von historischen und aktuellen Beispielen wurde die medienethische Problemstellung der digitalen Bildmanipulation sowie die damit einhergehende Angst um den Verlust der Authentizität und Glaubwürdigkeit im Fotojournalismus umrissen und aufgezeigt.

Die Ergebnisse der empirischen Untersuchung haben verdeutlicht, dass auch im Redaktionsumfeld dem Umgang mit Pressebildern mehr Bedeutung zukommt und diese Aufgabe durchaus verantwortungsbewusst gelöst wird. Allerdings – so beweisen zahllose Beispiele quer durch alle Mediengenres – ist dies keine Selbstverständlichkeit. Im Kampf um Auflage und Verkaufszahlen werden die

ethischen Grenzen regelmäßig strapaziert. Die ernsthaften Strategien, wie diesem Qualitätsverlust entgegen gewirkt werden kann, sind bescheiden und deren Wirksamkeit und kollektive Durchsetzungskraft fragwürdig. Die Ansätze, welche als sinnvoll erachtet werden, setzen bei unterschiedlichen Ebenen der Verantwortungszuschreibung an.

Der Ehrenkodex der österreichischen Presse ist – obwohl keine Instanz der Selbstkontrolle über dessen Einhaltung wacht – ein sinnvolles und notwendiges Instrument, um Orientierung für die wichtigsten medienethischen Fragen zu geben. Damit der Ehrenkodex auf Professionsebene langfristig auch Akzeptanz gewinnt, sind eine regelmäßige Überarbeitung und Adaptierung sowie eine Präzisierung in Hinblick auf aktuelle Problemstellungen unabdingbar.

Die Expertenbefragungen haben ergeben, dass eine einheitliche Kennzeichnungspflicht manipulierter Pressebilder begrüßenswert wäre. Dabei geht es vordergründig darum als Medienunternehmen und auch im Fall der Fotojournalisten transparent und nachvollziehbar zu agieren und damit die Glaubwürdigkeit der Medienprodukte in der Öffentlichkeit zu stärken. Der Ehrenkodex und eine allgemeine Kennzeichnungspflicht manipulierter Bilder sind als Grundlagen zur Verankerung einer Medienethik zu verstehen.

Ob das bevorstehende neue Modell des Presserats effektiv ist, bleibt abzuwarten. Fest steht, dass ein solches Organ zur freiwilligen Selbstkontrolle einer fundierten Basis sowie der breiten Akzeptanz aller am Produktions- und Distributionsprozess beteiligten Akteure bedarf. Um eine breite Zustimmung sicherzustellen, wird in der Wissenschaft ein Modell der Co-Regulierung vorgeschlagen, bei dem der Staat eine Medienselbstkontrolle vorschreibt, die Verhaltensnormen von der Medien-Profession selbst ausgearbeitet werden. Ein solches Modell würde zwar die Teilnahme aller Medien am medienethischen Diskurs voraussetzen, ein Selbstkontrollorgan wie der Presserat müsste aber dennoch über entsprechende Möglichkeiten der Sanktionierung verfügen. Sanktionsmaßnahmen, die nach Meinung der Medienschaffenden zu sehr in die Freiheit der Presse eingreifen, werden kritisch betrachtet.

Von einer medienübergreifenden Instanz zur Selbstkontrolle abgesehen, ist die Verantwortung für medienethisch korrektes Handeln in den Unternehmen und bei den Individuen anzusiedeln. In den Unternehmen sind standardisierte Richtlinien,

die sowohl nach innen als auch nach außen für Mediennutzer transparent gemacht werden, eine Möglichkeit die Qualität im Fotojournalismus zu sichern. Trotz des Verständnisses, dass eine Verantwortungszuschreibung auf mehreren Ebenen passieren muss, ist ihm ein gemeinsamer Nenner gemein: das Individuum. Damit eine Medienethik, Richtlinien sowie ein Steuerungsorgan für ethisches Handeln wirksam sein können, ist es wichtig, dass jeder einzelne Akteur sein Verhalten und Handlungsweisen einem ständigen Reflexionsprozess unterwirft.

Zusammenfassend gibt es keinen universalen Schlüssel zur Sicherung von Qualität, Authentizität und Glaubwürdigkeit im Fotojournalismus. In Österreich besteht aufgrund der aktuellen Gegebenheiten (fehlendes Selbstkontrollorgan, überholter Ehrenkodex) der dringende Bedarf medienethisches Handeln durch eine solide, Orientierung gebende Basis sicher zu stellen. Mögliche Ansätze hierfür wurden in der vorliegenden Arbeit herausgearbeitet. Letztendlich müssen die zentralen Werte der Medienethik, Freiheit und Verantwortung, auf allen Ebenen verankert sein.

Eine wissenschaftliche Fortführung dieser Arbeit bietet sich beispielsweise in der Untersuchung von Arbeitsweise und Wirkung der Selbstkontrollorgane in Österreich. Ein weiterer interessanter Ansatz in Hinblick auf die Individual- und Professionsethik ist die systematische Deskription der unterschiedlichen Ausbildungszugänge zum Berufsfeld des Fotojournalismus sowie die Ausarbeitung von Möglichkeiten das Thema „Medien- und Bildethik“ in der Aus- und Weiterbildung zu verankern.

Literaturverzeichnis

A

Albrecht, Clemens (2007): Wörter lügen manchmal, Bilder immer. Wissenschaft nach der Wende zum Bild. In: Liebert, Wolf-Andreas/ Metten, Thomas (Hrsg.): Mit Bildern lügen. Köln.

Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Spiegel-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG, Online unter:
<http://www.spiegelgruppe.de/spiegelgruppe/home.nsf/Navigation/0BF392B130EA1A3AC1256F5F00350C80?OpenDocument> [08.07.2009]

Amelunxen, Hubertus/ Iglhaut, Stefan/ Rötzer, Florian (Hrsg.) (1996): Fotografie nach der Fotografie. Dresden/ Basel.

Amelunxen, Hubertus v. (2000): Theorie der Fotografie 1980-1995 (Band 4). München.

Ang, Tom (1996): Picture Editing. An Introduction. Oxford.

Arnheim, Rudolf: Über die Natur der Fotografie (1983). In: Kemp, Wolfgang (Hrsg.): Theorie der Fotografie. Bd. 3: 1945-1980. München, S. 171-182.

Askew, Kelly/ Wilk, Richard R. (Hrsg.) (2002): The Anthropology of Media. A Reader. Oxford/Malden.

Atteslander, Peter (2000): Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin/ New York.

August, Hans-Jürgen (1999): Der manipulierte Blick. Wiener Zeitung extra vom 16. April 1999, Online unter:
<http://www.wienerzeitung.at/Desktopdefault.aspx?tabID=3946&alias=wzo&lexikon=Medien&letter=M&cob=6918> [20.06.2009]

B

Barthes, Roland (1985): Die helle Kammer. Bemerkungen zur Photographie. Frankfurt a. M..

Bauernschmitt, Lars/ Büllesbach, Alfred (1995): Jedes Bild ist eine Lüge. In: Freelens Magazin, Heft 2, Online unter: <http://www.freelens.com/freelens-magazin-02/jedes-bild-ist-eine-luege> [19.06.2009]

Baum, Achim/ Langenbucher, Wolfgang R./ Pöttker, Horst u.a. (Hrsg.) (2005): Handbuch Medienselbstkontrolle. Wiesbaden.

Becker, Howard S./ Hagaman, Dianne (2003): Afterword. Digital Image Ethics. In: Gross, Larry/ Katz, John Stuart/ Ruby, Jay (Hrsg.) (2003): Image Ethics in the Digital Age. Minneapolis.

- Belz, Christopher (1999): Berufsbilder im Journalismus. Von den alten zu den neuen Medien (= Edition Sage & Schreibe, Bd. 2, Hg. v. Michael Haller). Konstanz.
- Benjamin, Walter (1977): Kleine Geschichte der Photographie. In: Ders.: Gesammelte Schriften unter Mitw. Von Theodor W. Adorno u. Gersom Scholem. Hg. von Rolf Tiedemann u. Hermann Schweppenhäuser. Frankfurt a. M..
- Benjamin, Walter (1977): Gesammelte Schriften unter Mitw. Von Theodor W. Adorno u. Gersom Scholem. Hg. von Rolf Tiedemann u. Hermann Schweppenhäuser. Frankfurt a. M..
- Berger, John (2002): The Ambiguity of the Photograph. In: Askew, Kelly/ Wilk, Richard R. (Hrsg.): The Anthropology of Media. A Reader. Oxford/Malden.
- Berka, Walter (2004): Medienrecht für Journalisten. In: Pürer, Heinz/ Rahofer, Meinrad/ Reitan, Claus (Hrsg.) (52004): Praktischer Journalismus. Presse, Radio, Fernsehen, Online. Konstanz, S. 359-388.
- Böhme, Gernot (2004a): Theorie des Bildes. München.
- Böhme, Gernot (2004b): Die Wirklichkeit der Bilder. In: Filk, Christian/ Lommel, Michael/ Sandbothe, Mike (Hrsg.): Media Synaesthetics. Konturen einer physiologischen Medienästhetik. Köln.
- Brosda, Carsten/ Schicha, Christian (2000): Medienethik im Spannungsfeld zwischen Ideal- und Praxisnormen. Eine Einführung. In: Schicha, Christian/ Brosda, Carsten (Hrsg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft. Münster.
- Büllesbach, Alfred (2008): Digitale Bildmanipulation und Ethik. Aktuelle Tendenzen im Fotojournalismus. In: Grittmann, Elke/ Neverla, Irene/ Ammann, Ilona (Hrsg.): Global, lokal, digital. Fotojournalismus heute. Köln.
- Bülow, Heinz (2002): Spaß mit digitalen Fotos. Die besten kreativen Ideen. Augsburg.
- Burke, Peter (2003): Augenzeugenschaft. Bilder als historische Quellen. Berlin.
- Busch, David D. (1995): Digital photography. New York.
- BVPA, Bundesverband der Pressebild-Agenturen und Bildarchive e.V. (1997): Memorandum zur Kennzeichnungspflicht manipulierter Fotos. Online unter: <http://www.bvpa.org/Aktivitaeten/Initiativen.php> [Stand: 09.03.2009]

C

- Clayssen, Jacques (1996): Digitale (R-) Evolution. In: Amelunxen, Hubertus/ Iglhaut, Stefan/ Rötzer, Florian (Hrsg.): Fotografie nach der Fotografie. Dresden/ Basel, S. 73-80.

Crary, Jonathan (2002): Die Modernisierung des Sehens. In: Wolf, Herta (Hrsg.): Paradigma Fotografie. Fotokritik am Ende des fotografischen Zeitalters. Frankfurt a. M..

D

Damisch, Hubert (2002) Fünf Anmerkungen zu einer Phänomenologie des fotografischen Bildes. In: Wolf, Herta (Hrsg.): Paradigma Fotografie. Fotokritik am Ende des fotografischen Zeitalters. Frankfurt a. M..

Debatin, Bernhard (1998): Verantwortung im Medienhandeln. Medienethische und handlungstheoretische Überlegungen zum Verhältnis von Freiheit und Verantwortung in der Massenkommunikation. In: Wunden, Wolfgang (Hrsg.): Freiheit und Medien. Beiträge zur Medienethik (Band 4). Frankfurt a. M., S. 113-130.

Debatin, Bernhard/ Funiok, Rüdiger (Hrsg.) (2003): Kommunikations- und Medienethik. Konstanz.

Der Volksbrockhaus, 1981.

Deussen, Oliver (2007): Bildmanipulation. Wie Computer unsere Wirklichkeit verzerren. Berlin/ Heidelberg.

Deutscher Journalisten Verband (2009): Berufsbild Journalistin Journalist. Online unter:
http://www.djv.de/fileadmin/DJV/Journalismus_praktisch/Broschueren_und_Flyer/Berufsbild_2009.pdf [24.05.2009]

Deutscher Presserat (2006): Publizistische Grundsätze. Bonn.

Doelker, Christian (2005): Getürkte Wirklichkeit. Vom Mißbrauch der Bilder. In: Wunden, Wolfgang: Wahrheit als Medienqualität (= Medien: Forschung und Wissenschaft, Bd. 9). Münster.

Donges, Patrick (2004): Selbstregulierung – ideologisches Schlagwort oder tragfähiges Regulierungskonzept? In: Friedrichsen, Mike/ Seufert, Wolfgang (Hrsg.): Effiziente Medienregulierung. Marktdefizite oder Regulierungsdefizite? (= Schriften zur Medienwirtschaft und zum Medienmanagement, Band 4). Baden-Baden, S. 215-227.

Dörfler, Hans-Diether (2000): Das fotografische Zeichen. In: Schmitt, Julia/ Tagsold, Christian, Dörfler, Hans-Diether u.a.: Fotografie und Realität. Fallstudien zu einem ungeklärten Verhältnis. Opladen.

E

Euler, Bernd (1997): [M]enschen, [M]edien, [M]anipulationen – der Buchstabe für die Glaubwürdigkeit. In: Freelens Magazin, Heft 7, S. 9-12.

F

- Fabian, Rainer (1976): Die Fotografie als Dokument und Fälschung. München.
- Ferré, John P. (2009): A Short History of Media Ethics in the United States. In: Wilkins, Lee/Christians, Clifford G.: The Handbook of Mass Media Ethics. New York/London.
- Fidler, Harald (2009): Entscheidender Termin für neuen Presserat. „Unerträgliche Schande“, dass Selbstkontrolle acht Jahre fehlte, findet Gewerkschaft – Föllner bisher nicht dabei. In: DerStandard vom 16.01.2009.
- Filk, Christian/ Lommel, Michael/ Sandbothe, Mike (Hrsg.) (2004): Media Synaesthetics. Konturen einer physiologischen Medienästhetik. Köln.
- Flusser, Vilém (1983): Für eine Philosophie der Fotografie (= Edition Flusser, Bd. 3, Hg. Von Andreas Müller-Pohle, Göttingen 1999). Göttingen.
- Forster, Klaus (2003): Rezeption von Bildmanipulationen. In: Knieper, Thomas/ Müller, Marion G.: Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten. Köln.
- Freund, Gisèle (1979): Photographie und Gesellschaft. Hamburg.
- Friedrichsen, Mike/ Seufert, Wolfgang (Hrsg.) (2004): Effiziente Medienregulierung. Marktdefizite oder Regulierungsdefizite? (= Schriften zur Medienwirtschaft und zum Medienmanagement, Band 4). Baden-Baden.
- Fuchs, Felix F. (1998): Digital Imaging. Fotos aus Bits und Bytes. Essen.
- Funiok, Rüdiger (2002): Medienethik. Trotz Stolpersteinen ist der Wertediskurs über Medien unverzichtbar. In: Karmasin, Matthias (Hrsg.): Medien und Ethik. Stuttgart.
- Funiok, Rüdiger (2005): Medienethik. In: Hüther, Jürgen/ Schorb, Bernd (Hrsg.): Grundbegriffe der Medienpädagogik. München, S. 243-251. Online unter: http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/funiok_medienethik/funiok_medienethik.pdf [08.07.2009]
- Funiok, Rüdiger (2007): Medienethik. Verantwortung in der Mediengesellschaft. Stuttgart.

G

- Gaede, Peter Matthias (1995): Authentizität ist gefragt. In: Sage & Schreibe. Die Zeitschrift für Medienberufe. Heft 7, S. 15.
- Gläser, Jochen/ Laudel, Grit (2004): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. Wiesbaden.
- Goldberg, Vicky (1991): The Power of Photography. How photographs changed our lives. New York/London.

- Gottwald, Franzisca/ Kaltenbrunner, Andy/ Karmasin, Matthias (2006): Medienselbstregulierung zwischen Ökonomie und Ethik. Erfolgsfaktoren für ein österreichisches Modell (= Schriftenreihe des Medienhaus Wien, Band 1, Hg. von Daniela Kraus). Wien.
- Grittmann, Elke (2003): Die Konstruktion von Authentizität. Was ist echt an den Pressefotos im Informationsjournalismus? In: Knieper, Thomas/ Müller, Marion G.: Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten. Köln.
- Grittmann, Elke (2007): Das politische Bild. Fotojournalismus und Pressefotografie in Theorie und Empirie. Köln.
- Grittmann, Elke/ Neverla, Irene/ Ammann, Ilona (Hrsg.) (2008): Global, lokal, digital. Fotojournalismus heute. Köln.
- Gross, Larry/ Katz, John Stuart/ Ruby, Jay (Hrsg.) (2003): Image Ethics in the Digital Age. Minneapolis.
- Gross, Larry/ Katz, John Stuart/ Ruby, Jay (1988): A Moral Pause. In: Dies. (Hrsg.): Image Ethics. The Moral Rights of Subjects in Photographs, Film and Television. New York/ Oxford. Abrufbar im Internet: <http://books.google.at/books?id=Ma7LvZaB1xsC&printsec=frontcover&dq=image+ethics#PPA4,M1> [21.05.2009]
- Gross, Larry/ Katz, John Stuart/ Ruby, Jay (Hrsg.) (1988): Image Ethics. The Moral Rights of Subjects in Photographs, Film and Television. New York/ Oxford. Abrufbar im Internet: <http://books.google.at/books?id=Ma7LvZaB1xsC&printsec=frontcover&dq=image+ethics#PPA4,M1> [21.05.2009]

H

- Haller, Michael (1992): Die Journalisten und der Ethikbedarf. In: Haller, Michael/ Holzhey, Helmut (Hrsg.): Medien-Ethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus. Opladen.
- Haller, Michael/ Holzhey, Helmut (1992): Die Frage nach einer Medienethik. In: Haller, Michael/ Holzhey, Helmut: Medien-Ethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus. Opladen.
- Haller, Michael/ Holzhey, Helmut (1992): Vorwort. In: Haller, Michael/ Holzhey, Helmut: Medien-Ethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus. Opladen.
- Haller, Michael/ Holzhey, Helmut (Hrsg.) (1992): Medien-Ethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus. Opladen.
- Halstead, Dirck (2003): If You Think Dodging and Burning is a Problem Now, Just Wait. In: The Digital Journalist, October 2003, Online unter: <http://digitaljournalist.org/issue0310/dhcommentary.html> [10.10.2008]
- Hartmann, Frank (1995): Entscheidend ist die Glaubwürdigkeit. In: Sage & Schreibe. Die Zeitschrift für Medienberufe. Heft 7/1995, S. 8-9.

Hartmann, Frank (2003): Iconic Turn – Ende der Schriftkultur/ Kultur ohne Schrift? Online unter: <http://www.medienphilosophie.net/texte/iconicturn.html> [15.04.2009]

Hartmann, Frank (2003): Mediologie. Ansätze einer Medientheorie der Kulturwissenschaften. Wien.

Hartmann, Frank/ Bauer, Erwin K. (2006): Bildersprache. Otto Neurath Visualisierungen. Wien.

Hartmann, Frank (2006): Produzieren und Prozessieren von Bildern. Online unter: <http://www.medienphilosophie.net/texte/fotografie.html> [15.04.2009]

Hartmann, Frank (2008): Multimedia. Wien.

Herkel, Günter (2006): Billige Reporter. In: M – Menschen Machen Medien. Heft 9, Online unter: http://mmm.verdi.de/archiv/2006/09/titelthema_buergerjournalismus/billige_reporter [01.06.2009]

Hickethier, Knut (²1996): Film- und Fernsehanalyse (= Sammlung Metzler, Bd. 277). Weimar/ Stuttgart.

Höffe, Otfried (1996): Sittlich-politische Diskurse. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Ethik der Massenmedien. Wien.

Hoffmann, Kay (1997): Das dokumentarische Bild im Zeitalter der digitalen Manipulierbarkeit. In: Hoffmann, Kay (Hrsg.): Trau- Schau- Wem. Digitalisierung und dokumentarische Form. Konstanz 1997, S. 13-28, Online unter: http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/hoffmann_manipulierbarkeit/hoffmann_manipulierbarkeit.html [Stand: 28.06.2009]

Hömberg, Walter (1995): Zur Geschichte der Bildmanipulation. Auch Bilder können lügen. In: Sage & Schreibe. Die Zeitschrift für Medienberufe. Heft 7, S. 10-11.

J

Jansen, Maria (2000): Achtung [M]anipulation!. In: FreeLens Magazin, Heft 12, S. 20-21.

Jansen, Maria (2005): Scoops per Handy. In: Journalist. Das deutsche Medienmagazin. 55. Jg. 2005, Heft 12, S. 51-52.

Jaubert, Alain (1989): Fotos, die lügen. Politik mit gefälschten Bildern. Frankfurt a. M..

Jusline GmbH: Journalistengesetz. Online unter: <http://www.jusline.at/index.php?cpid=ba688068a8c8a95352ed951ddb88783e&lawid=244&paid=1> [22.05.2009]

K

- Kaltenbrunner, Andy/ Karmasin, Matthias/ Kraus, Daniela u.a. (2007): Der Journalisten-Report. Österreichs Medien und ihre Macher. Eine empirische Erhebung. Wien.
- Karmasin, Matthias (²1996): Journalismus: Beruf ohne Moral? Journalistisches Berufshandeln in Österreich. Wien.
- Karmasin, Matthias: [Art.] Medien. In: Handbuch der Wirtschaftsethik (Hrsg. Im Auftrag der Göttes-Gesellschaft von Wilhelm Korff u.a., Band 4). Ausgewählte Handlungsfelder, Gütersloh 1999.
- Karmasin, Matthias (Hrsg.) (2002): Medien und Ethik. Stuttgart.
- Karmasin, Matthias (2007): Zur Verantwortung der Medien in der Medien- und Informationsgesellschaft. In: Denken und Glauben, Nr. 148, Online unter: http://www.khg-graz.at/cms/fileadmin/DenkenUndGlauben/DG148/Zur_Verantwortung_der_Medien.pdf [28.3.2009]
- Kemp, Wolfgang (Hrsg.) (1983): Theorie der Fotografie. Bd. 3: 1945-1980. München.
- Kepplinger, Hans Mathias (1987): Darstellungseffekte. Experimentelle Untersuchungen zur Wirkung von Pressefotos und Fernsehfilmen. Freiburg/München.
- Kerlen, Dietrich (2003): Einführung in die Medienkunde. Stuttgart.
- King, David (1997): Stalins Retuschen. Foto- und Kunstmanipulationen in der Sowjetunion. Hamburg.
- Klar, Peter (2001): Österreichischer Presserat. In: VÖZ-Jahrbuch Presse 2001. Online unter: <http://www.voez.at/d169> [02.07.2009]
- Klenk, Florian (2008): Dreck statt Kontrolle. 2. März 2008, Online unter: http://www.florianklenk.com/2008/03/dreck_statt_kontrolle.php#more [27.06.2009]
- Kloock, Daniela/Spahr, Angela (2000): Medientheorien. Eine Einführung. München.
- Kluyver, Urs/ Nobel, Rolf (1996): Die Mundwinkel des Herrn Voscherau. In: FreeLens Magazin, Heft 3, Online unter: <http://www.freelens.com/node/21994/pdf> [01.06.2009]
- Knieper, Thomas/ Müller, Marion G. (2003): Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten. Köln.
- Kobré, Kenneth (²1991): Photojournalism. The professionals' approach. Stoneham.

Krainer, Larissa (2002): Medienethik als angewandte Ethik. Zur Organisation ethischer Entscheidungsprozesse. In: Karmasin, Matthias (Hrsg.) (2002): Medien und Ethik. Stuttgart.

Kraus, Daniela (2008): Wer setzt ethische Maßstäbe für die Berichterstattung? Medienselbstregulierung in Österreich. In: Medienimpulse, Heft 64, Online unter: http://www2.mediamanual.at/themen/pdf/MI64_Kraus.pdf [01.07.2009]

Kümmel, Albert/Scholz, Leander/Schumacher, Eckhard (2004): Einführung in die Geschichte der Medien. Paderborn.

L

Langenbucher, Wolfgang R. (1992): Zur Debatte über Medienethik in Österreich. In: Haller, Michael/ Holzhey, Helmut (Hrsg.): Medien-Ethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus. Opladen.

Leifert, Stefan (2006): Professionelle Augenzeugenschaft. Manipulation und Inszenierung als Gegenstand von Selbstkontrolle und Bildethik. In: Zfkm – Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik. 8. Jg., Heft 1, S. 16-23.

Leifert, Stefan (2007): Bildethik. Theorie und Praxis im Bildjournalismus der Massenmedien. München.

Lester, Paul (1991): Photojournalism. An Ethical Approach. Lawrence Erlbaum Associates Inc.. Online unter: <http://commfaculty.fullerton.edu/lester/writings/pjethics.html>. [06.11.2008].

Liebert, Wolf-Andreas/ Metten, Thomas (Hrsg.) (2007): Mit Bildern lügen. Köln,.

Lister, Martin (²2000): Photography in the age of electronic imaging. In: Wells, Liz (Hrsg.): Photography: A Critical Introduction. London/ New York.

Löffler, Petra (2004): Bilderindustrie. Die Fotografie als Massenmedium. In: Kümmel, Albert/Scholz, Leander/Schumacher, Eckhard: Einführung in die Geschichte der Medien. Paderborn.

Long, John (1999): Ethics in the Age of Digital Photography. September 1999, Online unter: http://www.nppa.org/professional_development/self-training_resources/eadp_report/index.html [27.06.2009]

Lühr, Rüdiger (2005): Merkel [M]akellos oder mit Schweiß? In: M – Menschen Machen Medien. Heft 11, Online unter: http://www.verdi.de/mmm/archiv/2005/11/titelthema/merkel_m_akellos_oder_mit_schweiss [04.07.2009]

Lunenfeld, Peter (2002): Digitale Fotografie. Das dubitative Bild. In: Wolf, Herta (Hrsg.): Paradigma Fotografie. Fotokritik am Ende des fotografischen Zeitalters. Frankfurt a. M., S. 158-172.

Lüthe, Rudolf (2007): Die Wirklichkeiten der Bilder. Philosophische Überlegungen zur Wahrheit bildlicher Darstellungen. In: Liebert, Wolf-Andreas/ Metten, Thomas (Hrsg.): Mit Bildern lügen. Köln.

M

Maar, Christa/Burda, Hubert (Hrsg.) (2004): Iconic Turn. Die neue Macht der Bilder. Köln.

Macias, José (1990): Die Entwicklung des Bildjournalismus (= Kommunikation und Politik, Bd. 22, Schriftenreihe hg. Von Aufermann, Jörg/Bohrmann, Hans/ Lerg, Winfried B. u.a.). München/New York u.a..

Maier, Jens (2005): Frau Merkel darf nicht schwitzen. In: stern.de, 27.07.2005, Online unter: <http://www.stern.de/lifestyle/leute/543567.html> [11.06.2009]

Mayring, Philipp (⁵2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. Weinheim/ Basel.

Merten, Klaus/ Schmidt, Siegfried J./ Weischenberg, Siegfried (Hrsg.) (1994): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen.

Miener, Frank (2003-2004): Bilder, die lügen. Tourist Guy und Co. – Digitale Gefahr für die Medien? Norderstedt.

Mitchell, William J. (³1998): The Reconfigured Eye. Visual Truth in the Post-Photographic Era. Cambridge.

Mitchell, William J.T. (2008): Bildtheorie. Frankfurt a. M..

Müller, Marion G. (2003): Grundlagen der visuellen Kommunikation. Theorieansätze und Analysemethoden. Konstanz.

N

Niemann, Annette (1998): Das Recht des Bildes. Untersuchungen zu Auswirkungen der Digitalisierung auf den Urheberrechtsschutz in der Bildbranche (= Materialien zur Information und Dokumentation, Bd. 6). Potsdam.

NPPA – National Press Photographer Association (1991): Digital Manipulation Code of Ethics. NPPA Statement of Principle. Online unter: http://www.nppa.org/professional_development/business_practices/digitaletics.html [Stand: 04.07.2009]

O

o. A. (2007): Zeitschrift retuschiert Sarkozys Speckrolle weg. In: [spiegel.de](http://www.spiegel.de), 22.08.2007, Online unter: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,501495,00.html> [14.06.2009]

o.A.: Selbstverständnis der Leseranwaltschaft. Online unter: <http://www.leseranwaltschaft.at/> [02.07.2009]

Österreichischer Presserat: Berichte 1998-2001, Online unter: <http://www.voez.at/suche.php?PHPSESSID=30ec3165f80f4dbffff9be0c21096ff&stext=Presserat&x=26&y=9> [Stand: 04.07.2009]

Österreichischer Presserat (1999): Grundsätze für die publizistische Arbeit (Ehrenkodex für die österreichische Presse).

P

Pohla, Anika (2003): Eine verbindliche normative Medienethik – ein unmögliches Unterfangen? In: Debatin, Bernhard/ Funiok, Rüdiger (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Konstanz.

Pürer, Heinz/ Rahofer, Meinrad/ Reitan, Claus (Hrsg.) (⁵2004): Praktischer Journalismus. Presse, Radio, Fernsehen, Online. Konstanz.

Pürer, Heinz (2008): Medien und Journalismus zwischen Macht und Verantwortung. In: Medienimpulse, Heft 64, Online unter: http://www2.mediamanual.at/themen/pdf/MI64_Puerer.pdf [01.07.2009]

R

Regener, Ursula (2003): Bild und Schrift – „Bilderschrift“ – Hypertext. Zu einem historischen Spannungsverhältnis. In: Schöttker, Detlev (Hrsg.): Mediengebrauch und Erfahrungswandel. Göttingen.

Ricken, Friedo (⁴2003): Allgemeine Ethik (= Grundkurs Philosophie, Band 4). Stuttgart.

Römer, Stefan (1998): Der Begriff des Fake. Dissertation, Berlin, S. 7, Online unter: <http://edoc.hu-berlin.de/dissertationen/roemer-stefan-1998-07-09/PDF/Roemer.pdf> [Stand: 19.06.2009]

Rosler, Martha (2000): Bildsimulationen, Computermanipulationen: Einige Überlegungen. In: Amelunxen, Hubertus v.: Theorie der Fotografie 1980-1995 (Band 4). München, S. 129-170.

Rossig, Julian J. (2006): Fotojournalismus. Konstanz.

Rötzer, Florian (2003): Das manipulierte Bild auf der Titelseite. Telepolis vom 03.04.2003. Online unter: <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/14/14526/1.html> [26.06.2009]

Rötzer, Florian (2006): Die Wahrheit der digitalen Bilder. Telepolis vom 07.08.2006.
Online unter: <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/23/23280/1.html> [26.06.2009]

S

Sachsse, Rolf (2003): Bildjournalismus heute. Beruf, Ausbildung, Praxis. München.

Schicha, Christian/ Brosda, Carsten (Hrsg.) (2000): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft. Münster.

Schicha, Christian (2000): Aufgaben, Merkmale und Ziele der angewandten Ethik. In: Schicha, Christian (Hrsg.): Kriterien einer nachhaltigen Wirtschaftsethik. Kommunikation im Spannungsfeld zwischen Ökonomie und Ökologie. Duisburg 2000, S. 3-26, Online unter: http://www.schicha.net/fileadmin/user_upload/Texte/Angewandte_Ethik.pdf [14.03.2009]

Schicha, Christian (2003a): Medienethik in der Aus- und Fortbildung von Medienberufen. Bericht der Jahrestagung des Netzwerks Medienethik und DGPK Fachgruppe Kommunikations- und Medienethik am 20.-21.02.2003, München. Online unter: http://www2.dgpk.de/fg_ethik/kme_tagungsbericht.html [08.07.2009]

Schicha, Christian (2003b): Medienethik und Medienqualität. In: Zeitschrift für Kommunikationsökologie. Heft 2/2003, S. 44-53. Online unter: http://www.schicha.net/fileadmin/user_upload/Texte/medienethik_und_medien_qualit_t.pdf [30.03.2009]

Schicha, Christian (2005): Alles Lüge? Formen der Bildmanipulation und ihre zulässigen Grenzen. In: Medienimpulse, Heft 54, Online unter: http://www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/diverse/54_Schicha-Alles_Luege.pdf [19.06.2009]

Schicha, Christian (2006): Ein neues Gesicht für Angela Merkel oder Bildbearbeitung zwischen Aufklärung und Manipulation. In: Zfkm – Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik. 8. Jg., Heft 1, S. 91-98.

Schmitt, Julia/ Tagsold, Christian, Dörfler, Hans-Diether u.a. (2000): Fotografie und Realität. Fallstudien zu einem ungeklärten Verhältnis. Opladen.

Schnelle-Schneyder, Marlene (1990): Photographie und Wahrnehmung am Beispiel der Bewegungsdarstellung im 19. Jahrhundert. Marburg.

Schöttker, Detlev (Hrsg.) (2003): Mediengebrauch und Erfahrungswandel. Göttingen.

Schweizer Presserat (2003): Redaktionelle Bildbearbeitung digitaler Bilder. Stellungnahme des Schweizer Presserates 28/2003 vom 13. Juni 2003, Online unter: <http://www.presserat.ch/17560.htm> [27.06.2009]

Sontag, Susan (1980): Über Fotografie. Frankfurt a. M..

Sontag, Susan (2003): Das Leiden anderer betrachten. München.

Stapf, Ingrid (2005): Medienselbstkontrolle – Eine Einführung. In: Baum, Achim/ Langenbucher, Wolfgang R./ Pöttker, Horst u.a. (Hrsg.): Handbuch Medienselbstkontrolle. Wiesbaden.

Stapf, Ingrid (2006): Medien-Selbstkontrolle. Ethik und Institutionalisierung. Konstanz.

Steiner, Markus (2009): Journalismus in der Vertrauenskrise. Presstext vom 19.05.2009. Online unter: <http://www.presstext.at/pte.mc?pte=090519001> [06.06.09]

Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.) (³2003): X für U. Bilder, die lügen. Bonn.

T

The Associated Press (2006): The Associated Press statement of news values and principles. 16.02.2006, Online unter: <http://www.ap.org/newsvalues/index.html> [Stand: 04.07.2009]

U

Ulfkotte, Udo (2001): So lügen Journalisten. Der Kampf um Quoten und Auflagen. München.

V

Van Riper, Frank (2009): Manipulating Truth, Losing Credibility. Washington Post Special Camera Works vom 3. April 2009, Online unter: <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/photo/essays/vanRiper/030409.htm> [28.06.2009]

Verband Österreichischer Zeitungen (2008): Grundsätzliche Übereinstimmung über neues Modell der freiwilligen Selbstkontrolle. Pressemitteilung vom 02.07.2008, Online unter: <http://www.voez.at/b602m139> [02.07.2009]

W

Washietl, Engelbert (⁵2004): Ethik und Verantwortung im Journalismus. In: Pürer, Heinz/ Rahofer, Meinrad/ Reitan, Claus (Hrsg.): Praktischer Journalismus. Presse, Radio, Fernsehen, Online. Konstanz.

Washietl, Engelbert (2007/2008): Wie bestechlich sind wir? In: Der österreichische Journalist. Heft 12/2007 + 1/2008, S. 76-78.

- Wells, Liz (Hrsg.) (2000): Photography: A Critical Introduction. London/ New York.
- Weischenberg, Siegfried (1992): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation (= Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen). Opladen.
- Wheeler, Tom (2002): Phototruth or Photofiction? Ethic and Media Imagery in the Digital Age. New Jersey.
- Wiegerling, Klaus (1998): Medienethik (= Sammlung Metzler, Band 314). Stuttgart.
- Wilke, Jürgen (Hrsg.) (1996): Ethik der Massenmedien. Wien.
- Wilke, Paul: Redaktion Fotografen.at. Webaufttritt der Innung für Berufsfotografen in Österreich. Online unter: <http://www.fotografen.at/home/pressefotograf.html> [30.05.2009]
- Wilkins, Lee/Christians, Clifford G. (2009): The Handbook of Mass Media Ethics. New York/London.
- Wolf, Claudia Maria (2006): Bildsprache und Medienbilder. Die visuelle Darstellungslogik von Nachrichtenmagazinen. Wiesbaden.
- Wolf, Herta (Hrsg.) (2002): Paradigma Fotografie. Fotokritik am Ende des fotografischen Zeitalters. Frankfurt a. M..
- Wright, Terence (1999): The Photography Handbook. London/ New York.
- Wunden, Wolfgang (Hrsg.) (1998): Freiheit und Medien. Beiträge zur Medienethik (Band 4). Frankfurt a. M..
- Wunden, Wolfgang (2005): Wahrheit als Medienqualität (= Medien: Forschung und Wissenschaft, Bd. 9). Münster.

Ich habe mich bemüht, sämtliche Inhaber der Bildrechte ausfindig zu machen und ihre Zustimmung zur Verwendung der Bilder in dieser Arbeit eingeholt. Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung bekannt werden, ersuche ich um Meldung bei mir.

Anhang A: Ehrenkodex der österreichischen Presse



Grundsätze für die publizistische Arbeit (Ehrenkodex für die österreichische Presse)

aktuelle Fassung (Stand: 21.1.1999)

Präambel

Journalismus bedingt Freiheit und Verantwortung. Zeitungsherausgeber/innen, Verleger/innen, Hörfunk- und Fernsehverantwortliche sowie Journalisten und Journalistinnen tragen in besonderer Weise Verantwortung für die in einer Demokratie lebensnotwendige Freiheit der Massenmedien.

Die redaktionellen Führungskräfte sind besonders gefordert: Sie haben für die konsequente Einhaltung der Grundsätze für die publizistische Arbeit in ihrem jeweiligen Wirkungsbereich zu sorgen.

Der österreichische Presserat ist Plattform für alle, die sich zu einem der Wahrheitsfindung und Korrektheit verpflichteten Gebrauch der Pressefreiheit bekennen und bereit sind, diesen vom Presserat in konkreten Anlässen prüfen zu lassen. Die ständige freiwillige Selbstkontrolle ist ein geeignetes Mittel, den Verpflichtungen der Presse gerecht zu werden.

Der österreichische Presserat hat daher für alle mit der Beschaffung, Verbreitung und Kommentierung von Nachrichten in Zeitungsunternehmen befaßten Personen den folgenden Grundsatzkatalog (Ehrenkodex für die österreichische Presse) festgelegt, der im Bedarfsfall laufend ergänzt oder in Form von Richtlinien interpretiert werden kann. Diese Grundsätze gelten für alle in der redaktionellen Verantwortung liegenden Teile einer Zeitung.

Zeitungen und Zeitschriften, die sich bereit erklären, den Ehrenkodex einzuhalten, verpflichten sich, auf jeden Fall Erkenntnisse des Österreichischen Presserates, die sich gegen das eigene Medium richten und deren Veröffentlichung beschlossen wurde, zu publizieren (Signet).

1. Freiheit

1.1. Die Freiheit in Berichterstattung und Kommentar, in Wort und Bild ist integrierender Bestandteil der Pressefreiheit. Das Sammeln und Verbreiten von Nachrichten und Kommentaren darf nicht behindert werden.

2. Genauigkeit

2.1. Gewissenhaftigkeit und Korrektheit in Recherche und Wiedergabe von Nachrichten und Kommentaren sind oberste Verpflichtung von Journalisten.

2.2. Durch Anführungszeichen gekennzeichnete Zitate müssen so weit wie möglich den Wortlaut wiedergeben. Eine lediglich sinngemäße Wiedergabe darf nicht unter Anführungszeichen gesetzt werden. Anonyme Zitierungen sind zu vermeiden, sofern es nicht um die Sicherheit der zitierten Person oder die Abwehr eines anderen schweren Schadens von dieser geht.

2.3. Beschuldigungen dürfen nicht erhoben werden, ohne daß nachweislich wenigstens versucht worden ist, eine Stellungnahme der beschuldigten Person(en) oder Institution(en) einzuholen. Handelt es sich um die Wiedergabe einer öffentlich erhobenen Beschuldigung, ist dies deutlich kenntlich zu machen.

2.4. Sobald einer Redaktion zur Kenntnis gelangt, daß sie eine falsche Sachverhaltsdarstellung veröffentlicht hat, entspricht eine freiwillige Richtigstellung dem journalistischen Selbstverständnis und Anstand.

2.5. Wenn zu einem Bericht von Leserseite eine begründete Richtigstellung einlangt, soll diese so weitgehend und so rasch wie möglich veröffentlicht werden.

2.6. Wenn in einer von einem Medium behandelten Angelegenheit eine wichtige richterliche oder behördliche Entscheidung ergeht oder auf anderem Weg wesentliche neue Gesichtspunkte auftauchen, soll darüber angemessen berichtet werden.

3. Unterscheidbarkeit

3.1. Für die Leserinnen und Leser muß klar sein, ob es sich bei einer journalistischen Darstellung um einen Tatsachenbericht oder die Wiedergabe von Fremdmeinung(en) oder um einen Kommentar handelt.

3.2. Vor der Wiedergabe von Fremdmeinungen sollte deren Stichhaltigkeit überprüft werden, wenn gravierende Zweifel an der Richtigkeit eines Zitats bestehen.

3.3. Fotomontagen und Bildbearbeitungen, die von flüchtigen Lesern/innen als dokumentarische Abbildungen aufgefaßt werden, müssen deutlich als Montagen oder Bearbeitungen kenntlich gemacht werden.

4. Einflußnahmen

4.1. Eine Einflußnahme Außenstehender auf Inhalt oder Form eines redaktionellen Beitrags ist unzulässig.

4.2. Unzulässige Beeinflussungsversuche sind nicht nur Interventionen und Pressionen, sondern auch die Zuwendung persönlicher Vorteile, die über den Bereich unmittelbarer beruflicher Tätigkeit hinausgehen.

4.3. Wer im Zusammenhang mit seiner Tätigkeit als Journalist/in Geschenke oder andere persönliche Vorteile entgegennimmt, die geeignet sein könnten, die journalistische Darstellung zu beeinflussen, verstößt gegen das journalistische Ethos.

4.4. Persönliche materielle Interessen dürfen die journalistische Arbeit nicht beeinflussen.

4.5. Wirtschaftliche Interessen des Verlages dürfen redaktionelle Inhalte nicht in einer Weise beeinflussen, die Fehlinformationen oder Unterdrückung wesentlicher Informationen zur Folge haben könnte.

4.6. In Berichten über Reisen, die auf Einladung erfolgten, soll auf diese Tatsache in geeigneter Form hingewiesen werden.

5. Persönlichkeitsschutz

5.1. Jeder Mensch hat Anspruch auf Wahrung der Rechte und Würde der Person.

5.2. Persönliche Diffamierungen, Verunglimpfungen und Verspottungen verstoßen gegen das journalistische Ethos.

5.3. Personen, deren Leben gefährdet ist, dürfen in Medienberichten nicht identifiziert werden, wenn die Berichterstattung die Gefährdung vergrößern kann.

5.4. Pauschalverdächtigungen und Pauschalverunglimpfungen von Personen und Personengruppen sind unter allen Umständen zu vermeiden.

5.5. Jede Diskriminierung aus rassistischen, religiösen, nationalen, sexuellen oder sonstigen Gründen ist unzulässig.

5.6. Eine Herabwürdigung oder Verspottung von religiösen Lehren oder anerkannten Kirchen und Religionsgemeinschaften, die geeignet ist, berechtigtes Ärgernis zu erregen, ist unzulässig.

5.7. Die Veröffentlichung entstellender photographischer Darstellungen, welche die dargestellte Person oder Personengruppe diffamieren, ist unzulässig.

6. Intimsphäre

6.1. Die Intimsphäre jedes Menschen ist grundsätzlich geschützt.

6.2 Bei Kindern ist dem Schutz der Intimsphäre Vorrang vor dem Nachrichtenwert einzuräumen.

6.3. Vor der Veröffentlichung von Bildern und Berichten über Jugendliche ist die Frage eines öffentlichen Interesses daran besonders kritisch zu prüfen.

6.4. Berichte über Verfehlungen Jugendlicher dürfen deren mögliche Wiedereingliederung in die Gesellschaft nicht erschweren oder gar verhindern. Volle Namensnennung ist in solchen Fällen zu unterlassen.

6.5. Bei der Befragung und beim Photographieren von Kindern und in der Berichterstattung über Fälle, die deren Existenz nachteilig beeinflussen kann, ist besondere Zurückhaltung geboten.

7. Materialbeschaffung

7.1. Bei der Beschaffung mündlicher und schriftlicher Unterlagen sowie von Bildmaterial dürfen keine unlauteren Methoden angewendet werden.

7.2. Unlautere Methoden sind z.B. Irreführung, Druckausübung, Einschüchterung, brutale Ausnützung emotionaler Streß-Situationen und die Verwendung geheimer Abhörgeräte.

7.3. Bei der Verwendung von Privatfotos ist die Zustimmung der Betroffenen bzw. im Fall von Minderjährigen der Erziehungsberechtigten einzuholen, es sei denn, an der Wiedergabe des Bildes besteht ein berechtigtes öffentliches Interesse.

8. Redaktionelle Spezialbereiche

8.1. Reise- und Tourismusberichte sollen in geeigneter Weise auch auf soziale und politische Rahmenbedingungen und Hintergründe (z.B. gravierende Menschenrechtsverletzungen) verweisen.

8.2. Umwelt-, Verkehrs- und energiepolitischen Zusammenhängen soll auch im Autoteil Rechnung getragen werden.

8.3. Tourismus-, Auto- und Gastronomieberichte sollen wie alle Bewertungen von Konsumgütern und Dienstleistungen nachvollziehbaren Kriterien folgen sowie von journalistisch qualifizierten Personen verfaßt werden.

9. Öffentliches Interesse

9.1. In konkreten Fällen, insbesondere bei Personen des öffentlichen Lebens, wird es notwendig sein, das schutzwürdige Interesse der Einzelperson an der Nichtveröffentlichung eines Berichts bzw. Bildes gegen ein Interesse der Öffentlichkeit an einer Veröffentlichung sorgfältig abzuwägen.

9.2. Öffentliches Interesse im Sinn des Ehrenkodex für die österreichische Presse ist besonders dann gegeben, wenn es um die Aufklärung schwerer Verbrechen, den Schutz der öffentlichen Sicherheit oder Gesundheit oder um die Verhinderung einer

Irreführung der Öffentlichkeit geht.

9.3. Fotos, die unter Mißachtung der Intimsphäre der (des) Abgebildeten entstanden sind (etwa durch Auflauern), dürfen nur dann veröffentlicht werden, wenn ein über das Voyeurhafte hinausgehendes öffentliches Interesse klar ersichtlich ist.

Anhang B: Leitfaden für Experteninterviews

[Einstiegsfragen]

1. Wie wichtig ist in Österreich und für Sie das Thema Medienethik?
2. Halten Sie den Ehrenkodex als freiwillige Selbstkontrolle für ein sinnvolles Instrument im Bereich des Fotojournalismus?

[Thema Bildbearbeitung und -manipulation]

3. Wie stehen Sie ganz allgemein zu Bildbearbeitungen jeglicher Art?
4. Wann wird Ihrer Meinung nach die Grenze zwischen einer minimalen Bildbearbeitung und einem manipulierten Bild überschritten?
5. Sind in Ihrer Redaktion Bildbearbeitungen eher die Ausnahme oder „daily business“?
6. Gibt es interne Richtlinien, was bei der Bearbeitung von digitalem Bildmaterial erlaubt ist und was nicht?
7. Was halten Sie von einer generellen Kennzeichnungspflicht von bearbeiteten Pressebildern? Gibt es eine derartige Pflicht in Ihrer Redaktion?
8. Ist in Ihrer Redaktion überprüfbar, wer ein Bild verändert hat?

[Thema Medienselbstregulierung & Presserat]

9. Wo sehen Sie die vorrangigen medienethischen Aufgaben eines Presserats?
10. Wie könnte das Problem digitaler Bildmanipulationen sinnvoll durch den Presserat reguliert werden?
11. Unter den Begriff „Journalist“ fallen gemäß Journalistengesetz auch Pressefotografen. Der Ehrenkodex für die österreichische Presse ist sehr allgemein formuliert, gilt aber auch für diese Gruppe. In Amerika hat die

NPPA (National Press Photographer Association) einen eigenen Ethikkodex für Bildjournalisten und auch im deutschen Pressekodex werden Bilder (Symbolfotos, Regelung der Bildbearbeitung) mehr berücksichtigt.

→ Inwiefern könnte eine besondere Berücksichtigung von Pressefotografien im Rahmen des Ehrenkodex auch in Österreich sinnvoll sein?

[Schlussfrage]

12. Wie schätzen Sie die Zukunft des Fotojournalismus ein? Welche Maßnahmen würden dazu beitragen das Vertrauen und die Glaubwürdigkeit in die Fotoberichterstattung zu stärken?

Anhang C: Abstract

Durch die technologische Entwicklung im Bereich der Fotografie haben sich die Arbeitsweisen der Fotojournalisten verändert. Die einfacheren Techniken der Bildbearbeitungen verlocken zunehmend Veränderungen am Bild unreflektiert vor zu nehmen. Vor diesem Hintergrund haben sich digitale Bildmanipulationen im Fotojournalismus als Problemfeld der Medienethik herauskristallisiert.

In dieser Forschungsarbeit werden dieses Problemfeld und seine Rahmenbedingungen anhand von Literaturrecherche sowie Experteninterviews in Österreich untersucht. Aufgrund des diffusen Sprachgebrauchs von Bildbearbeitung und Bildmanipulation wird hier eine theoretische und empirische Abgrenzung vorgenommen.

Darüber hinaus greift die Arbeit aktuelle Regulierungsstrategien in Österreich auf und überprüft sie hinsichtlich ihrer Praktikabilität in Bezug auf Bildmanipulationen. Abschließend werden mögliche Ansätze zur Sicherung von Qualität, Authentizität und Glaubwürdigkeit im Fotojournalismus zusammengefasst.

Anhang D: Lebenslauf

PERSÖNLICHE DATEN

Name	Irene Maria Roselstorfer
Geburtsdatum	11.08.1983
Geburtsort	Linz
Staatsbürgerschaft	Österreich
Familienstand	ledig

BILDUNGSWEG

2002-2009	Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien
2001-2002	Wiener Kunsthochschule, Zweig: Grafik-Design
1997-2001	Bundesoberstufenrealgymnasium Honauerstraße (Linz) Matura: 2001
1993-1997	Realgymnasium Freistadt
1989-1993	Volksschule Wartberg ob der Aist

BERUFSERFAHRUNG

April 2007 – heute	Reichl und Partner Public Relations (Account Manager)
Feb. 2007 – Sept. 2007	ACCC – Austrian Czech Cultural Cooperation (Projektmitarbeiterin)
Juni 2006 – Sept. 2006	Temmel & Seywald Communications GmbH (Volontariat)
Aug. 2005 – Juni 2006	Bau Kultur (Assistentin der Geschäftsleitung)

WEITERBILDUNG

„Corporate Social Responsibility“

(Management-Symposium, WWG – Österr. Werbewissenschaftliche Gesellschaft an der Wirtschaftsuniversität Wien; 2007)

„Medientraining für Frauen“

(Kompetenztraining mit Marie-Theres Euler-Rolle, Frauenakademie Mondsee, 2008)